الإعلام الإسرائيلي وفن التضليل الدعائي



أ. بسام عبد الرحمن المشاقبة

الإعلام الإسرائيلي
وفن
التضليل الدعائي

تأليف

أ. بسام المشاقبة

نبلاء ناشرون وموزعون
الأردن - عمان

دار أسامة للنشر والتوزيع
الأردن - عمان

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن – عمان

- هاتف : 5658252 – 5658253
- فاكس : 5658254
- العنوان : العبدلي- مقابل البنك العربي

ص. ب : 141781

Email: darosama@orange.jo

www.darosama.net

نبلاء ناشرون وموزعون

الأردن – عمان- العبدلي

الطبعة الأولى

2014م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(1691/ 5/ 2013)

302.2

المشاقبة ، بسام عبد الرحمن

الإعلام الإسرائيلي وفن التضليل الدعائي/ بسام عبد الرحمن المشاقبة.- عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.

( ) ص .

ر.إ : (1691/ 5/ 2013)

الواصفات: /الإعلام//وسائل الاتصال الجماهيري// اسرائيل/

ISPN: 978-9957-22-555-1

الفهرس

الفصل الثالث

الفصل السادس

الفصل السابع

الفصل الثامن

الفصل التاسع

المقدمة

تشكل الفكرة الصهيونية أكبر تحدٍ حقيقي يواجه الفكر العربي والإسلامي النهضوي إذ ان المشروع الصهيوني هو مشروع متصادم مع القومية العربية ومع الدين الإسلامي ومع الإنسانية جمعاء.

ولذلك جاء هذا الكتاب ضمن سلسلة الكتب الإعلامية المتخصصة في مجال الإعلام الدولي ليسلط الضوء على مفهوم ونشأة الفكرة والحركة والايديولوجيا الصهيونية ويتناول فلسفة وإستراتيجية الحركة الصهيونية على ضوء المرجعيات الدينية والعلمانية والصهيونية وعلى رأسها بروتوكولات خبثاء صهيون، ومن يتتبع ما يجري في العالم من أزمات وتداعيات اقتصادية يلمس الدور الصهيوني الماكر في هذا الحراك العالمي أو الدولي.

كما ويتناول الإعلام العربي بشقيه القطري والعربي المشترك من حيث المفهوم والدلالات والتكوين والواقع والفلسفة وصورة العرب في الثقافة الغربية.

كما ويتناول آلية مواجهة الدعاية الصهيونية الإسرائيلية الماكرة، من منطلق ان الصهيونية هي حركة ثقافية وسياسية ودينية تحتاج إلى قوة معاكسة الاتجاه لمواجهتها فالكتاب يتكون من تسعة فصول، فالفصل الأول يتناول الإعلام ومفهومه ووظيفته، فيما الثاني يتناول الدعاية الإعلامية من حيث المفهوم والفلسفة والوظيفة ثم تناول في الفصل الثالث الصهيونية مفهومها ونشأتها ومدارسها وأهدافها وفلسفتها، والفصل الرابع تناول أيديولوجيا الإعلام الإسرائيلي، والخامس تناول الإعلام الإسرائيلي ودوره في الإعلام الدولي والسادس تناول تطور ونشأة الإعلام الإسرائيلي، أما الفصل السابع فتناول مؤسسات الإعلام الإسرائيلي وأجهزته، والفصل الثامن تناول فلسفة الإعلام الإسرائيلي، فيما الفصل التاسع فتحدث عن هيمنة المؤسسة العسكرية على الإعلام الإسرائيلي.

ان هذا الكتاب جاء ليملأ الفراغ في المكتبة العربية وتحت عنوان اعرف عدوك فالعدو الأول والإستراتيجي للأمة العربية حاضراً ومستقبلاً هي الصهيونية

والامبريالية العالمية فهي المسؤولة عن تقسيم الوطن العربي واغتصاب فلسطين ليكون الكيان الصهيوني قلعة وثكنة عسكرية وثقافة للاستعمار الجديد، وقد مارس الإعلام الإسرائيلي داخلياً وخارجياً حرباً مسعورة أمام الإعلام العربي الباهت، واستطاع أن يحقق أمامه الانتصار تلو الانتصار، كما كان بارعاً في بث سمومه الخبيثة في نفوس الأجيال المتعاقبة وحقق أهدافه ومازال يحققها.

والله ولي التوفيق

المؤلف



الدعاية الإعلامية أو الإعلام الدعائي

مفهوم الدعاية الإعلامية:

تنوعت تعاريف الدعاية الإعلامية أو الإعلام الدعائي، وسوف نجمل أبرز التعاريف التي تناولها الباحثون على النحو التالي:

- الدعاية: هي عملية التأثير المنظم والمدروس للرموز ونشرها سواء أكانت الرموز لفظية أو سمعية أو بصرية أو إدراكية، ويكون التركيز على الكلمة أو الرمز سواء أكانت الكلمة منحوتة أو مقروءة أو مسموعة أو مصورة أو مرئية، وتنقسم الدعاية إلى ثلاث أقسام هي البيضاء والسوداء والرمادية، والدعاية قديمة قدم الإنسان لكنها برزت في الوقت الحاضر وخاصة مع عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل كبير لما لها من قوة فائقة وقدرة كبيرة على تشكيل الرأي العام، ومن جهة أخرى اعتبر علماء الدعاية انها تنال من عامة الناس وعامة الجماهير "الدهماء" ولا تنال من عقول النخب والمحللين الواعين.[1]
- الدعاية: هي الضغط للوصول إلى أهداف سياسية وصيغ أو نحت أو تغيير آراء جمهور معين بوسائل مختلفة منها الإعلام الموجه وذلك لصالح إيديولوجية أو هدف دعائي، وهي تعني كذلك المحاولة المقصودة والمنظمة لتشكيل الآراء والتلاعب بالادراكات وتوجيه السلوك للرأي العام من أجل خدمة أهداف صاحب الدعاية.[2]
- الدعاية: عمليات نشر المعلومات باتجاه معين من جانب فرد أو جماعة في محاولة منظمة ومدروسة للتأثير في الرأي العام وتغيير اتجاهات الأفراد والجماعات واستخدام وسائل الإعلام والاتصال بالجماهير، وتعرف كذلك

1- الإعلام المقاوم بين النظرية والطموح، بسام المشاقبة، دار أسامة، 2010، ص 12.

2- الحرب الإعلامية، نموذج الإعلام المقاوم في لبنان، إعداد وتحرير د. محمد محسن وآخرون، دار الندى، بيروت، ص 127.

بأنها استخدام أي وسيلة من وسائل الإعلام العامة أو الشعبية بقصد التأثير في عقول وأفراد جماعة معينة أو عواطفهم من أجل تحقيق غرض عام معين سواء أكان هذا الغرض عسكرياً أم اقتصادياً أم سياسياً وفي إطار خطة منظمة، والدعاية اعتبرها خبراء الإعلام بانها مليئة بالأكاذيب وهي عدوة الحقيقة وقد بناها أصحابها وفقاً للنظام الديمقراطي لانهم زعموا ان رأي الفرد له أهمية والمسؤولية الاجتماعية تقع على عاتق الجماعات، ولذلك فهم يريدون ان يظهروا بمظهر حضاري يجذب أصحاب الثقافات التي تتخبط في الظلمات ليعتنقوا دينهم ولكنهم اختلقوا الدعاية ليؤثروا في الرأي العام اعتماداً على التزييف والتشويه بحسب الحاجة.[1]

- **الدعاية:** هي استخدام الصور بطريقة متعمدة ومخططة ومنظمة نوعاً ما بصورة رئيسية من خلال الإيحاء والتقنيات النفسية بهدف تغيير الآراء والأفكار والقيم ثم التحكم فيها، وفي نهاية الأمر تغيير النشاطات المكشوفة وفقاً لخطط أو خطوط مقررة مسبقاً وقد تكون الدعاية مكشوفة وغرضها معلن عنه أو انها قد تخفي مراميها غير انها تجري دائماً وفق إطار اجتماعي ثقافي ولا يمكن ان نفهم سماتها النفسية ولا الثقافية.[2]

ومن جهة أخرى هناك مجموعة من المصطلحات الإعلامية مرتبطة بالدعاية الإعلامية وأبرزها ما يلي:

- **التضليل أو التحريف الإعلامي:** ويقصد به تحريف وتحويل المعلومات عن مسارها الطبيعي والحقيقي بهدف التأثير على الرأي العام الذي لا يتحقق بسير المعلومات في اتجاهها الطبيعي لذلك تلجأ بعض وسائل الإعلام إلى

1- الإعلام وعلم النفس، د خلدون عبد الله، دار أسامة، 2010، ص 152- 153.

2- لمزيد من الاطلاع انظر الدعاية والإرهاب، د. عبد الرزاق الدليمي، دار جرير، 2010، 72- 73.

التحريف والتضليل ولوي الأعناق للمعلومات حتى تتلاءم مع الأهداف التي وضعتها الجهات الداعمة والمسيطرة والمالكة.[1]

- **الإعلام الدعائي**: اقناع الناس بالسلوك المطلوب وان استخدام كلمة الإقناع تستبعد بطبيعة الحال أية محاولات للتأثير على القوة أو الجبر ومن ثم فان أي شخص يلجأ إلى أية وسيلة من وسائل القوة كالتهديد أو التخويف أو الضغط الاجتماعي أو ما شابه ذلك لكي يدفع بالناس إلى إتيان ما يتعارض مع حقيقة ما يريدون لا يمكن للشخص ان يندرج بحال في قائمة الدعاية، والإعلام الدعائي ينقسم إلى قسمين هما:[2]

أولاً: ان يكون هدف الداعية إحداث تغيير في سلوك الموجه إليه وهو تغيير ما كان ليحدث لولا الحملة الدعائية.

ثانياً: الحيلولة دون حصول تغيير ما متوقع الحدوث ويقوم على تثبيت القناعات ومن أمثلة ذلك ما يطلق عليه بالدعاية المضادة وتستخدم هذه التسمية عندما يكون التغيير المتوقع والمراد منه وقوعه هو نتيجة لدعاية من مصادر أخرى مثلما حدث بالحروب التي شنتها إسرائيل على الدول العربية حيث ركز الإعلام الدعائي الصهيوني على إضعاف الروح العربية من خلال توجيه حملات دعائية ضخمة وقد نجحت هذه الحملات إلى حد ما في تحقيق هذا الهدف ووصلت في تأثيرها السلبي إلى حد تثبيت الانهزامية في نفوس الشعوب العربية أمام الجندي الإسرائيلي بانه الذي لا يقهر.

خصائص الدعاية:

تميزت العلاقات الدولية منذ الحرب العالمية الثانية بطبيعتها الإيديولوجية تلك التي كانت أو أدت كما يؤكد علماء الإعلام والعلاقات الدولية إلى زيادة

1- الإعلام وعلم النفس، د. خلدون عبد الله، ص 148.

2- الحرب الإعلامية، د. محمد محسن وآخرون، ص 30- 31.

مضطردة في الجهود التي تبذلها الحكومات لكي تؤثر بشكل مباشر في الآراء السياسية للشعوب في الدول الأخرى، بالمقابل سعت الحكومات المستهدفة على بناء حواجز تقف أمام تلك الجهود وتمنع انتشار الحملات الدعائية وخاصة في الدول المعادية ونتيجة لذلك شهدت الفترة اللاحقة للحرب العالمية الثانية ظهور اصطلاحات كثيرة يتداخل كل منها مع مفاهيم المصطلحات الأخرى بحيث يكاد يستحيل في بعض الأحيان التمييز بينها وبين هذه المصطلحات وسنستعرض هذه المصطلحات قبل ان نتناول خصائص الدعاية وعلى النحو التالي:

أولاً : الحرب النفسية: منهج تطبيقي من مناهج الإعلام والاتصال بالجماهير تستهدف استنهاض الهمم بين صفوف المحاربين وزرع الضغينة في صفوف العدو وإقناعه بعدم جدوى الصراع تمهيداً لإسقاط سلاحه والتوقف عن القتال، وقد انطلقت الحرب النفسية على أساس ان الذي يقاتل لابد وان ذلك جاء نتيجة اقتناع وإيمان والا فانه سرعان ما يتحطم أمام أول هجوم يشن عليه فاذا ذهب القليل من إيمانه بقضيته أصبح شبيه الآلة التي يتعطل بها المحرك الدافع للحركة.

ثانياً: الاختراق الإعلامي: هو مرحلة متقدمة من الحرب الدعائية والثقافية الإعلامية وهو العمل على تحصين الثقافة الوطنية والقومية والحيلولة دون سقوطها في براثن الإعلام المعادي.

ثالثاً: الحرب الباردة: هي وصف الحالة بين الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة بعد الحرب العالمية الثانية وهي حالة لم تستخدم فيها الأسلحة التقليدية، وقد استخدمت أساليب أخرى كالتجسس والمؤامرات باستثناء الأسلحة، بالأحرى هي حرب المعلومات وليس حرب القنابل والمدافع.[1]

1- موقع شبكة الانترنت.

رابعاً: حرب المعلومات: فقد ظهر هذا المصطلح عام 1975 حيث أدركت الدول المتقدمة تقنياً أهميته فتبنت توسيع تطبيقه في المجالات السياسية والعسكرية والاقتصادية في أواخر التسعينات حيث ظهر مصطلح أوسع من حرب المعلومات وهو العمليات المعلوماتية.[1]

خامساً: غسيل الدماغ: ظهر هذا المصطلح لأول مرة في الصين عام 1950 عندما كان الصينيون يطبقون برنامج يسمى الإصلاح الفكري الشيوعي الصيني حيث اعتقد الصينيون ان الأفراد الذين لم يتعلموا في مجمع شيوعي لديهم أفكار برجوازية ويجب إعادة تعليمهم قبل ان يأخذوا مكانهم في المجتمع، وتعتبر الحرب الكورية التي استمرت لثلاث سنوات منذ 1950- 1953 من أشهر الحروب التي استعمل فيها غسيل الدماغ حيث وقع الكثير من الأمريكيين في أسر الشيوعيين الصينيين وقام هؤلاء الجنود بالاعتراف بانهم اعتنقوا الشيوعية وقد فسر هذا الاعتراف نتيجة الوقوع تحت تأثير غسيل الدماغ، وتقول دائرة المعارف الأمريكية ان أبرز الوسائل التي تستخدم في عمليات غسل الدماغ هي:

1) حجب الأسرى بعيداً عن البيئة الحرة حتى لا يستطيعوا معرفة أي معلومات عما يحدث حولهم.
2) التعرض لضغوط جسدية مثل الحرمان من الطعام والنوم والتصفيد في أغلال كعقاب على عدم التعاون.
3) خلق مناخ يظهر فيه ان الحرية تعتمد فقط على الاتجاه الناجح نحو التغيير تجاه الأفكار التي يفرضها السجانون.
4) الضغوط النفسية والاجتماعية التي يتعرضون لها لفترات طويلة من الاستجوابات واستخدام الاهانة والسب لإضعاف المقاومة.
5) حضور اجتماعات دراسية يومية لدراسة الفكر الشيوعي.[2]

1- موقع شبكة الانترنت.

2- مرجع سابق.

سادساً: التسميم السياسي: وهو حملة شاملة تستخدم كل الأجهزة والأدوات المتاحة للتأثير في نفسيات وعقول وذاكرة الجماعة أو الأمة أو الشعب المحدد وذلك بقصد التأثير أو التغيير أو تدمير مواقف معينة وإحلال مواقف أخرى محلها تؤدي إلى سلوك يتفق مع مصالح وأهداف الطرف الآخر أو الأطراف التي تقوم بعملية التسميم السياسي وغالباً ما تكون هذه العملية موجهة إلى أمة أو إلى شعب أو سلطة أخرى تكون معادية.[1]

نعود إلى موضوعنا وهو خصائص الدعاية أو الإعلام الدعائي، فقد حدد خبراء الدعاية الإعلامية أبرز خصائصها والتي تتدرج على النحو التالي:[2]

1) انها نشاط تخاطبي يمكن ان يشمل كافة مقومات النشاط ألتخاطبي ومكوناته.
2) انها تقوم بعرض المعلومات ونشر الأفكار والآراء المهنية بعد إعدادها جيداً، كما انها تقوم بعملية تحريف مضمونها وشكلها بطريقة تخدم أهداف الدعاية.
3) الدعاية تعبير ذاتي يتجسد فيها شخصية الجهة القائمة عليها ولا تعتمد الموضوعية في رسالتها.
4) تسعى الدعاية إلى تحقيق أهداف مدبرة ومحسوبة تتمثل بالأساس في التأثير المتعمد في المعلومات والآراء والاتجاهات والمعتقدات والسلوك وذلك في الاتجاه الذي تستهدفه الجهة القائمة على الدعاية وآرائها والاتجاهات والمعتقدات والسلوك وذلك في الاتجاه الذي تستهدفه الجهة القائمة على الدعاية.
5) تتسم الدعاية بانها فن التأثير والسيطرة والإلحاح الذي يسعى إلى الترغيب في قبول وجهات نظر الجهة القائمة على الدعاية وآرائها وأفكارها ومعتقداتها.

1- المعجم الإعلامي، د. جمال الفار، ص 74- 78.

2- الإعلام وعلم النفس، د. خلدون عبد الله، ص 153.

6) تخلق الدعاية حالة من التشتت الذهني والغموض الفكري تسمح بتسهيل الاقتناع بالفكرة المعروضة وهو ما لم يمكن تحقيقه لو ترك الفرد يطور منطقه الذاتي تلقائياً دون ضغط معنوي أو توجيه فكري ناتج عن الدعاية.

7) الدعاية فن إقناع الآخرين لسلوك معين تحت تأثير الأفكار الدعائية.

عناصر الدعاية:

تتضمن الدعاية الإعلامية جملة من العناصر يمكن ادراجها في الآتي:[1]

أولاً: مصدر الدعاية: ان تحديد مكونات أو عناصر الدعاية يتم بالنظر إلى القائم على أعمال الدعاية، فاذا أمكن تحديد رجل الدعاية أمكن تحديد الدعاية، فالقائم بأعمال الدعاية هو المرسل أو المصدر المباشر للدعاية حيث يؤثر تأثيراً كبيراً في مدى تقبل الناس للرسالة الدعائية ومدى تصديقهم لها، فعندما تنسب المعلومات إلى مصدر ثقة أو شخصية تؤمن بها الجماهير يصبح التقبل مهيئاً وتكون فرصة الإقناع سانحة، لكن الإدعاء بان الداعية أو مصدر الدعاية هو قيمة مطلقة بحد ذاته يقودنا للقول بانه حيث توجد الدعاية أو مصدر الدعاية هو تحول يؤدي إلى الإخفاق في التحليل السياسي وإلى الوقوع ضحية الدعاية، وقد يكون المصدر دولة أو منظمة رسمية دولية أو غير رسمية أو حزب سياسي أو حتى شخص معين يطمح لتولي منصب معين أياً كان ذلك المنصب.

ثانياً: الجهود المنظمة: أي حضور التخطيط بالعمل الدعائي ليرسم له المؤدى إلى الهدف، ويلزم التخطيط جميع المعلومات والبيانات لمضمون النشاط الدعائي وإمكانية رسم إستراتيجية دعائية سليمة ولان الدعاية تلجأ إلى الكذب أحياناً كثيرة فانها يجب ان تخضع لعملية إدارة دقيقة ومسبقة، وفي هذا المعنى فإنها ليست إلا صوراً من صور التخطيط السياسي ونجاحها يتوقف على احترام ومسايرة القواعد التي تقترحها عملية التخطيط السياسي.

1- الدعاية والإرهاب، د. عبد الرزاق الدليمي، ص 74- 76.

ثالثاً: القصد والتعمد: ان وجود أهداف معينة ومحددة مسبقاً في ذهن الخبير الدعائي الذي يعمل على تحقيقها من خلال التأثير على الجمهور المستهدف وفضلاً عن التخطيط فان الدعاية يجب ان يكون لها هدف معلوم، فكثيرما تعمل الدعاية على تعبئة الكراهية ضد العدو والسعي إلى تحطيم الروح المعنوية والحصول على تعاون المحايدين، والحفاظ على صداقة الصديق، وهذا بحد ذاته يتوقف على أبعاد التخطيط الدعائي ومدى ارتباطه بالتخطيط السياسي والوسائل والأساليب الفنية والمتبعة في العمل الدعائي.

رابعاً: وجود جماعة مستهدفة "الجمهور": من عناصر الدعاية وجود عناصر يراد التأثير في اتجاهها ومعتقداتها فكرياً وشعورياً وان الفرد المستقبل ليس المتأثر بوسائل الإعلام وما تبثه من مواد إعلامية مختلفة بوصفه شخصية مستقلة أو فرد له كيانه الذاتي فحسب بل ان ذلك التأثير يكون على أساس عضوية الفرد المستقل في الجماعات التي ينتمي إليها ويتصل بها، بمعنى ان المستقبل يتعرض للعملية الدعائية من خلال المواد التي ينتمي إليها ويتصل بها بمعنى آخر ان المستقبل يتعرض للعملية الدعائية من خلال المواد المختلفة في إطار اجتماعي، ومن ثم يتأثر في اختياره ومدى اقتناعه بمادة دعائية بعينها سلباً وإيجاباً بالجماعات المرجعية التي تنتمي إليها لذا يجب الأخذ بعين الاعتبار القيم الحضارية والحياة الثقافية والاجتماعية والبيئة التي تتواجد بها الجماعة المستهدفة فضلاً عن المعرفة التامة بميولها وحاجاتها وآمالها ثم يدفع بالاتجاه الذي ترمي إليه الدعاية.

خامساً: وسيلة الدعاية: يجب ان تكون وسيلة الدعاية أكثر تأثيراً من بين وسائل الاتصال الجماهيري، وتأتي الإذاعة والتلفزيون في المقدمة، لكن هناك وسائل اتصال عامة معروفة تستعملها الدعاية وأبرزها الاجتماعات العامة والمهرجانات.

سادساً: اعتماد الأساليب العملية والفنية: يجب ان يتوفر في هذه الأساليب قدرتها الاقناعية وبمنطقها أو بقدرتها على الاحتيال من خلال استعمال الإيحاء أو

بقدرتها القهرية في التحكم بالدوافع السلوكية أو اللجوء إلى استعمال الوسائل المادية، والداعية الحقيقي هو الشخص الذي يريد ان يقنع الغير ويستعمل ما يراه من وصفات تبعاً لطبيعة الفكر وطبيعة الجمهور والدعاية ليس لها طريقة أساسية بل لها هدف واحد يتمثل في غزو الجماهير والسيطرة عليها وكل وسيلة تخدم هذا الهدف تعد مقبولة.

سابعاً: رموز دعائية مشحونة عاطفياً: هذه الرموز تنتقل إلى الجمهور المستهدف باستعمال وسائل الاتصال الجماهيرية وهنا لابد من الإشارة إلى ان الدعاية تحدث فقط على الصعيد اللفظي بل ان الدعاية كما تؤدي إلى أفعال فانها تتضمن هي نفسها فعلاً وهذا ما اصطلح عليه، فان الدافع وراء ذلك ليس الرغبة الإنسانية الصادقة بقدر ما هو التأثير على آراء الناس في الدولة التي تتلقى المعونة.

ثامناً: إتباع الفرد المستهدف أو الجماعة المستهدفة: وهو السلوك الذي ترغبه الدعاية أو الامتناع عن إتباع سلوك يعاديها ويضربها من خلال تدميرها الأهداف والأسباب التي لديهم بعد خلق حالة من التشتيت الذهني والغموض الفكري بحيث تسمح بتسهيل عملية الإقناع بالفكرة المطروحة.

تاسعاً: المادة الدعائية: وتختلف باختلاف الهدف من الدعاية أولاً وباختلاف طبيعة الجمهور الذي توجه إليه، وعلى العموم فالمادة الدعائية تنطوي على رموز ذات شحنات انفعالية لغرض التأثير أو الإيحاء أو أحداث الاضطرابات والتشويش في تفكير من توجه إليهم أو بعث وتحريك الاتجاهات الراهنة وصبها في قوالب وأضحة تخدم هدف الدعاية، مع ان الإدارة الرئيسية للدعاية هي الكلمات سواء أكانت منطوقة أو مكتوبة إلا انها دائماً تكون بالإشارات والصورة والعناصر الرمزية الأخرى.

ومن جهة أخرى وفي ذات السياق فقد حدد بعض الباحثين عناصر الدعاية بأربعة عناصر رئيسية يمكن إجمالها على النحو التالي:[1]

أولاً: القائم بالدعاية: وهو المسؤول عن صناعة المنتج الدعائي، فقد يكون مؤسسة أو سلطة أو حزباً سياسياً أو تنظيماً عسكرياً أو تنظيماً دينياً بهدف السيطرة على الجمهور المستهدف من أجل تحقيق الغلبة لأفكاره وأطروحاته وإجراءاته ليبقى متفوقاً على الآخرين.

ثانياً: مضمون الدعاية: أي محتوى الدعاية وهي التي تدعم مصالح المؤسسات والأشخاص الذين يقفون وراء الدعاية والتي قد تأخذ ثلاثة أشكال تبعاً لمدى وضوح مصدر الدعاية ودقة موضوعاتها ومصداقية المعلومات التي يوجهها للجمهور وهي تعرف بعلم الدعاية، وغالباً ما يوحي مضمون الدعاية أنها تشمل على معلومات تشكل حاجة أساسية للجمهور الذي يظن انها ترشده إلى الطريق الصحيح، وتمكنه من التفاعل البناء مع محيطه الاجتماعي وهنا يشكل مضمون الدعاية حالة التباس لدى الجمهور الذي لا يستطيع ان يفرق ما بين العملية الإعلامية التواصلية لأهداف تنموية، وبين العملية الإعلامية التواصلية لأهداف دعائية ظاهرها معلومات وإرشادات ومشاركة أفكار وآراء وباطنها تضخيم وتضليل.

ثالثا: وسيلة الدعاية الإعلامية: وهي الوسيلة التي يعتمدها أو تعتمدها الدعاية بشكل أساسي للوصول إلى الجمهور، وان كانت تعتمد في بعض الحالات على أشكال التواصل المباشر مع الجمهور بالأخص عندما يتم استخدام الإشاعة من قبل الجمهور أو عندما يتم استخدام الإشاعة من قبل الدعائي حيث ان الاستخدام الشامل للوسائل الإعلامية الجماهيرية كالجرائد والمجلات والإذاعات ومحطات التلفزة هي بمثابة أداة لمحاصرة الجمهور المتلقي لمضمون الدعاية.

1- الحرب الإعلامية، نموذج الإعلام اللبناني المقاوم، د. محمد محسن وآخرون، ص 128- 129.

رابعاً: **الجمهور**: وهو الذي تستهدفه الدعاية لمخاطبة ادراكاته العاطفية والعقلية لإحداث التغييرات السلوكية المفترضة وان كان هذا الأمر ليس بالعملية السهلة، كما تشير بعض الدراسات التي تعالج دور وسائل الإعلام في عملية التأثير على قناعات وسلوك الجمهور.

المبادئ العامة للدعاية الإعلامية:

تنطلق مبادئ الدعاية الإعلامية من الأركان الرئيسة التالية:[1]

1) الدعاية هجومية اعتدائية، ويجب ان يكون هدفها الأشخاص دون الموضوعات وتحشد كل جهودها ضد الأشخاص لان ذلك يبسط ويسهل المسألة، ولان معالجة الموضوعات والأفكار أمر معقد لا يفيد الدعاية.
2) يجب ان تكون الدعاية مخفية مموهة حتى تنجح في تحقيق أهدافها.
3) يجب ان تستند الدعاية إلى المعلومات ذات القيمة، وإلى المعرفة الدقيقة بمجريات الأمور ويجب ان تنسق تماماً مع الاتجاهات السياسية والثقافية والعسكرية والاقتصادية والعاطفية للجمهور المستهدف أي المعرفة بلغة الخصم أو المستهدفين وحتى إجادة اللكنة التي يتحدثون بها فضلاً عن اللغة.
4) لا يصح أبداً ان تظهر الدعاية وكأنها تخلق موضوعات جديدة ولكنها تعنى بالموضوعات القائمة وتعالجها وفقاً لأهداف الدعاية.
5) يجب ان تكون صيغة الدعاية مرنة تجعلها قادرة على ملاحقة التطورات اليومية وتبقى دوماً متأهبة لتحرير تفسيرها للموضوعات بما يتماشى مع التطورات اليومية التي تحدث في أماكن نشاطها.
6) الدعاية لا تدار بطريقة آلية: أي ان التوجيهات الأساسية تأتي من الجهة المركزية القائمة للدعاية ولكن التفاصيل كالأسلوب والوسيلة تترك للمنفذين في ميدان المعركة الدعائية.

1- الإعلام وعلم النفس، د. خلدون عبد الله، ص 153- 154.

7) يجب ان تستخدم الدعاية كل التسهيلات الممكنة المستطاعة وخاصة مواطنين الدولة التي توجه إليها.

أنواع الدعاية وألوانها :

تصنف الدعاية إلى أنواع عدة:

أولاً: تبعاً لتنوع أهدافها ودوافع المخطط الدعائي: وتصنف الدعاية تبعاً للمعايير التالية:[1]

1) وفقاً لإدراك رجل الدعاية للوسائل التي تستعملها، ويمكن أن تكون بالوسائل الدعائية التي تقبل التكرار أو الرسائل التي تجري لمرة واحدة.
2) تبعاً لوسيلة الاتصال المستخدمة.
3) المجال الذي تستخدمه الدعاية، فهناك الدعاية التجارية والسياسية والدينية والعسكرية أو تبعاً للمذهب الإيديولوجي الذي تمثله كالدعاية الصهيونية والنازية.

وبشكل عام فان أصناف الدعاية تتمثل في الآتي:[2]

1) الدعاية العلنية: وهي الحالة التي يكون خلالها الجمهور مدركاً لحقيقة خضوعه لتأثيرها.
2) الدعاية الخفيفة: وهي الدعاية التي تؤثر في الناس حتى وان كانوا يجهلون ان جهة ما تحاول ان تسيطر على أفكارهم سواء أكان ذلك يجري بصورة قصديه أم غير قصدية، فعناصر الطابور الخامس مثلاً يظهرون بمظهر العناصر الوطنية المخلصة، وبذلك يحاولون دون ان تدرك الجماهير بأنهم موجهون من جهة خارجية.

1- الدعاية والإرهاب، د. الدليمي، ص 77.

2- مرجع سابق، ص 77.

ثانياً: الدعاية وفقاً لتغيير الأحداث وتشمل: [1]

1) **دعاية كلية:** وهي المعبرة عن السلوك الكلي للفرد ومن ثم المواقف المرتبطة بالسلوك.
2) **دعاية جزائية:** فلا تهتم إلا بجانب تقوية أو أضعاف الفرد.
3) **جهة المصدر:** فهي دعاية حكومية أو جزائية.
4) **جهة المستقبل:** فهي خارجية أو داخلية والأولى صورة من صور الدعاية السياسية إذ يصير المجتمع الذي يمثل عملية الاستقبال مجتمعاً أجنبياً، وهي تتسم بخصائص واضحة تميزها عن غيرها من أنواع الدعاية فهي تمتاز بما يلي:
   1) تتبع من المنطق السياسي.
   2) امتداد لمفهوم الطابع القومي.
   3) تجعل من لغة المصالح الذي تدور حوله الشحنة الانفعالية.
   4) انها عملية تنظيمية تسمح بالتحكم في أبعاد العمل الدعائي.

ثالثاً: الدعاية من حيث اللون: لقد صنف خبراء "الإعلام والدعاية الإعلامية" الدعاية الإعلامية من حيث اللون إلى الأصناف التالية: [2]

1) **الدعاية البيضاء:** وهي نشاط الدعاية العلني والصريح الذي يحمل اسم الدولة التي توجههم مثل الإذاعات ووكالات الأنباء والتصريحات الرسمية، ولذلك تسمى بالدعاية الرسمية أو الصريحة.
2) **الدعاية الرمادية:** وهي الدعاية الواضحة المصدر لكنها تخفي اتجاهاتها ونواياها وأهدافها أي التي تعمل وتدعو إلى ما تريد بطريقة مباشرة كالكتاب الذي يحوي قصة أو رواية عادية لكنه يدعو ما بين السطور

1- مرجع سابق، ص 78.

2- مرجع سابق، ص 154- 155.

وبطريقة غير مباشرة إلى اعتناق مذهب سياسي معين أو التعاطف معه، وتعتبر الدعاية الرمادية من أخطر ألوان الدعاية، فالإنسان بقليل من الوعي والفطنة يتجرعها قبل ان يكتشف أهدافها ويتعرض لتأثيرها دون ان يشعر لانها تتسلل إلى عقله ووجدانه فهي مستترة وراء شيء ظاهري لا غبار عليه أي انه يتناول السم في العسل.

3) الدعاية السوداء: وهي الدعاية التي لا تكشف مصدرها مطلقاً فهي عملية سرية تماماً.

وقبل ان ننهي أصناف الدعاية يمكننا القول انها تقع ضمن المحورين التاليين:(1)

1) **دعاية التفرقة**: وتستهدف تفتيت وحدة العدو والحد من قابلية مقاومته.

2) **الدعاية المضادة**: وهي الدعاية التي تستخدم الحرب النفسية أي انها تلجأ للكذب والتضليل من أجل تحطيم معنويات العدو وأكاذيبه لرفع معنويات الجبهة الداخلية ولتبيان حقيقة الأمر للرأي العام الذي ينتمي إليه هذا العدو، والرأي العام العالمي، ولذلك فالدعاية المضادة هي عملية تفنيد مزاعم العدو والرد عليه بالأسلوب المناسب لفضح روايته الكاذبة والمفبركة من أجل إظهار الحقيقة أمام الرأي العام، اذ هي عملية تحليل عام وتفصيلي لدعاية العدو لتحد من نتائجها وأثارها السلبية على المجتمع والجمهور المتلقي لهذه الدعاية.

ومن هنا فالدراسات الدعائية أشارت إلى إمكانية نجاح الدعاية المضادة في تحقيق أهدافها اذا ما اعتمدت على أسلوب فني جيد، واذا ما توجهت إلى جمهور يشاركها الإيمان الوطني والقومي والديني والثقافي، واذا ما قامت بعملية توعية وتعبئة مسبقة تعرف الجمهور المستهدف والقوات المسلحة للعدو وأهدافه الوسائل التضليلية التي يستخدمها من أجل النيل من معنوياتهم، فأي نقص في التحصين المسبق للمجتمع ضد سياسة العدو في التفرقة السياسية وتزييف الأخبار وإحلال

1- الدعاية والإرهاب، الدليمي، ص 78.

الفوضى لا يمكن للدعاية المضادة في هذه الحالة ان تنجح نجاحاً مؤكداً، كما انه بإمكان الدعاية المضادة ان تتحول إلى حرب نفسية حقيقة اذا ما اقنعت جنود العدو والجمهور الذي ينتمي إليه لان الدعاية السوداء لا تستطيع الحياة لمدة طويلة دون ان ينكشف أمرها فعملية تفنيد وتحليل إدعاءات وكذب العدو هي في نهاية المطاف عملية فضح لسلسلة من الأكاذيب التي كان يضخها العدو إلى الرأي العام، ولذلك ففي هذه الحالة يفقد الرأي العام الثقة بجيشه وبحكومته ويصبح أكثر تهيئة للاستماع للرأي الآخر الذي يقدم الشواهد والدلائل الموثقة.[1]

كما وصنف علماء آخرون الدعاية إلى ما يلي:

أولاً: الدعاية من حيث المصدر وتشمل:

1) الدعاية البيضاء والمكشوفة.
2) الدعاية السوداء.
3) الدعاية الرمادية.

ثانياً:الدعاية من حيث الوظيفة وتشمل:

1) الدعاية التحريضية.
2) الدعاية الاندماجية.
3) الدعاية التسويقية.

ثالثاً: الدعاية من حيث النشاط وتشمل:

1) الدعاية السياسية.
2) غسل الدماغ.
3) الحرب النفسية.

1- الحرب الإعلامية، د. محمد محسن وآخرون، ص 131- 133.

كما وذكر الدكتور محمد جمال الفار أصناف الدعاية والتي تجاوزت الاثنين وعشرين صنفاً يمكن ذكرها على النحو التالي:[1]

أولاً: دعائية إحصائية: وهي فن استخدام الأرقام وكسورها ونسبها المئوية لتفسير الأوضاع السياسة والاجتماعية والعسكرية عن طريق وضعها في شكل رسومات وجداول وبيانية وإحصائية.

ثانياً: دعاية إذاعية: تعتبر الإذاعة أو الراديو وسيلة اتصال سمعية جماهيرية تستخدم كسلاح فعّال من أسلحة الدعاية في السلم والحرب نظراً لانها تتسم بالسرعة والفورية في نقل الأخبار والإشاعات، وأتساع نطاق التغطية الجغرافية على المستويات المحلية والإقليمية والعامية وتتخطى الحواجز والحدود الطبيعية والعسكرية، فالإذاعة تنقل أخبار المعارك حية على الهواء من ميادين القتال ويستطيع رجل واحد ان يقوم بتشغيلها.

ثالثاً: دعاية إيديولوجية: وهي الدعاية الموجهة من دولة إلى شعب دولة أخرى للتأثير عليها على أمل ان تحدث في الدولة حركة انقلابية على النظام السياسي السائد، فهي عبارة عن تصدير أفكار ثورية إلى الشعب الهدف من أجل إشعال فتيل الثورة وتغيير قادته وإقامة دولة مشابهة للدولة المصدرة للأفكار.

رابعاً: دعاية إستراتيجية: وهي الدعاية الموجهة إلى قوات العدو العسكرية "الجبهة الخارجية" وشعب العدو "الجبهة الداخلية" وإلى الأماكن التي يحتلها العدو، وتخطط وتنفذ بالتنسيق مع التخطيط الإستراتيجي العسكري، وتهدف إلى الحصول على نتائج في غضون أسابيع أو أشهر أو سنوات.

خامساً: دعاية الشعارات: وهي عبارة عن كلمات أو جمل قصيرة أو إشارات تعبر بصدق عن الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وتكمن أهميتها في انها سهلة الحفظ والتذكر والترديد ومشحونة بالعواطف الإنسانية.

1- المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، دار أسامة، 2009، ص 167- 173.

سادساً: دعاية الملصق السياسي: وهو نوع من الاتصال الجماهيري يكون على شكل فني تستخدم فيه لغة الفن أو الرسم أو الصورة الفوتوغرافية والرمز واللون ترافقهما كلمة أو كلمتان أو أكثر على محتواه ويصمم الملصق ليروج أو يدعم فكرة أو شخص أو قضية، ويعبر الملصق عن الواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي والعسكري بحكم بساطة محتواه وسرعة فهمه ومخاطبة الجماهير.

سابعاً: دعاية تحريرية: وهي دعاية موجهة من دولة إلى شعب دولة معينة لتحرير نفسه من الظلم أو القهر أو نير الاحتلال أو الاستعمار مثل الدعاية الأمريكية والصهيونية.

ثامناً: دعاية تشهيرية: وهي اتصالات دولية معادية تستخدم الكلمات المنطوقة أو المكتوبة أو الصورة أو الرسومات وتهدف إلى تقليل الأهمية أو الإساءة إلى الدول الأجنبية أو مؤسساتها أو سفرائها أو رعاياها أو قادتها، وذلك عن طريق الهجوم الكلامي على قائد البلد الهدف والتشهير بالدولة، والدعاية التشهيرية هي بمثابة تحد أو تعد على السيادة الوطنية للبلد المستهدف.

تاسعاً: دعاية تضامنية: وهي دعاية موجهة إلى المدنيين الذين يرزحون تحت احتلال قوات عسكرية حيث يقوم قائد القوة المحتلة بتوجيه نداءات وأوامر ونواهي إلى المدنيين يدعوهم فيها إلى أطاعة أوامره، وعدم التعرض لقواته والا سيضرب على أيديهم بيد من حديد.

عاشراً: دعاية تفريقية: وهي الدعاية التي تصمم لعمل انشقاق داخل جماعات العدو الفرعية فهي تعمل على مبدأ فرق تسد وتهدف إلى تفتيت وحدة العدو الموحدة، وقد استخدم الحلفاء هذا النوع من الدعاية في الحرب العالمية الثانية ووجهوه إلى الألمان الكاثوليك قائلين لهم " أنكم كاثوليك أولاً وألمان ثانياً".

حادي عشر: دعاية تكتيكية: وهي الدعاية الموجهة إلى جمهور معين ومحدد من المدنيين والعسكريين وتخطط وتنفذ لتدعم عمليات عسكرية محلية في غضون سويعات أو ساعات أو أيام على الأكثر.

ثاني عشر : دعاية دفاعية: تصمم هذه الدعاية لتساهم في استمرار عمل شعبي أو خطط اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية أو تنموية مثل الخطط الخمسية للتنمية.

ثالث عشر: دعاية دينية: وهي الدعاية التي تسعى إلى خدمة الأغراض الدينية عن طريق نشر الأفكار الدينية وترويجها للرد على الأعداء والكفار والمنشقين وكسب أتباع جدد، وقد ظهر أول استخدام للدعاية الدينية عام 1622، حينما أسس البابا "غريغوري الخامس عشر" تجمعاً للدعاية الدينية لتوجيه نشاطات الكنسية الكاثوليكية الرومانية للرد على انتقادات وتشهير المصلحين والبروشتانت الذين انشقوا عنها.

رابع عشر: دعاية سياسية: وهي إدارة السياسية الخارجية، وتعني ترابط أدوات السياسة من دبلوماسية واقتصادية وعسكرية وقت الحرب وتهدف إلى أضعاف العدو بواسطة استخدام المناورات الدبلوماسية والضغوط الاقتصادية أو المقاطعة الاقتصادية الصحيحة والمضللة والإثارة والتخويف والتخريب والإرهاب وعزل العدو عن أصدقائه ومؤيديه.

خامس عشر: دعاية كاذبة: وهي الدعاية التي لا تحتوي على شيء من الحقيقة وانما هي أكذوبة تخلقها بعض الجهات المغرضة ضد منافسيهم وعلى العاملين بالإعلام ان يكونوا واعيين لمعرفة مثل هذه الدعاية.

سادس عشر: دعاية مضادة: وهي الدعاية التي ترد على دعاية الخصم أو العدو ومن أهم مبادئها:

1. تحديد مبادئ دعاية الخصم.
2. مهاجمة نقاطها أو أفكارها.
3. كشف التناقض فيها.
4. التركيز على نقاط ضعفها.
5. عدم مجابهتها وجهاً لوجه اذا كانت قوية.

6. مهاجمتها العدو وتحقيره والاستهزاء به سواء بتقليد أو إتباع أسلوبه أو وسائله أو نشر النكات والقصص المضحكة عنه.

سابع عشر: دعاية هدامة: وهي الدعاية الموجهة للدولة من دولة أخرى على أمل ان تحدث في الدولة الهدف حركة انقلابية على النظام القائم وقد تؤدي إلى احتكاك أو انتقام بين الدول تتراوح بين الاحتجاجات السياسية إلى الحرب الفعلية، ومن الأمثلة عليها الدعاية الإيديولوجية والدعاية التحريرية والدعاية التشهيرية.

ثامن عشر: دعوة أو دعاية مباشرة: ويقصد بها ان الدعوة لفكرة أو رأي أو اتجاه تكون من خلال عرض بعض الآراء أو الأفكار أو الاتجاهات أو المناظر التي يفهم منها ضمناً الدعوة لفكرة ما دون التصريح الواضح لها.

تاسع عشر: دق الإسفين: أسلوب دعائي يقوم على زرع بذور الشك والخلاف بين الزعيم والجماهير وبين القائد وجنوده ويهدف إلى نزع ثقة الجماهير بعضها ببعض والعمل على إيجاد الفرقة وتفتيت وحدة الصف فهو يقوم على أساس سياسة " فرق تسد".

أساليب التضليل الدعائي أو التحريف الإعلامي

سبق وأن عرفنا التضليل الإعلامي أو الدعائي ومن هنا فان أساليب التضليل الدعائي تنطلق من المحاور التالية:[1]

أولاً: التحريف: ويقصد به العملية التي تقوم بها وسائل الإعلام إلى أخفاء الحقائق أو تزيفها.

ثانياً: التنكير: بحيث يلجأ الخطاب الدعائي إلى عدم الاعتراف بالحقائق ونسبها إلى المجهول أي خلق أجواء بعدم وجود فاعل حقيقي.

1- مرجع سابق، ص 148- 152.

ثالثا : التهويل أو التضخيم: حيث يسعى جهاز الدعاية إلى خلق صورة نمطية لنفسه تجعل منه قوة خارقة عبر التهويل من قدراته العسكرية ومستوى أسلحة وتطورها وبث الأكاذيب.

رابعاً : لفت الأنظار: أي تسليط الضوء على أحداث جانبية لإخفاء معالم الحدث الرئيسي.

خامساً : التخويف: استخدام الإرهاب الفكري والدعائي كالتلويح بالقوة لمنع فعل ما.

سادساً : التجاهل: وهي قيام الخصم بإنكار حدث ما من خلال القيام بتجاهل الاعتراف أو إنكار وجوده من خلال عدم الرد عليه.

سابعاً : الكذب والتشويه: أي خلق أحداث جديدة بالتلفيق والكذب والافتراء والتضليل.

ثامناً : قلب الصورة: حيث تقوم أجهزة الدعاية باختطاف الحدث الذي بدأ يثير الرأي العام وقلبه لصالحها بحيث يجعل من الضحية مجرماً.

تاسعاً : الإثارة: أي حينما يثير أمر ما اهتمام المتلقي فانه يظل مشدوداً إلى معرفة التفاصيل والمزيد طالما يشعر بالإثارة وتحت تأثير الإثارة يسمع ويقرأ ويشاهد جميع المعلومات الواردة إليه، وتصاغ المعلومات بشكل تسلسلي على هيئة قصة جديدة.

عاشراً : الإيهام والتدليس: تبث وسائل الإعلام الوهم وتدلس على المتلقين من خلال استخدام ألفاظ تحمل معان متعددة أو تتلاعب بالألفاظ لتوهم المتلقي بأمور غير صحيحة لتحافظ على موقفها أو لخلق مصداقية ، ويأتي هذا الأسلوب من خلال قيام وسائل الإعلام بإعطاء الجمهور المعلومات من مصادرها الأصلية بحيث يثق المستمع أو القارئ بالمعلومات التي تبثها هذه الوسائل.

حادي عشر : الخلط وإثارة البلبلة: من أهم موانع اتخاذ القرارات الحاسمة هو ضبابية الأوضاع واختلاط الأمور وخلق أجواء البلبلة والتشكك لدى الرأي العام.

ثاني عشر : دس السم في الرسم: أي خلط جزء من الحقائق بالأوهام والأكاذيب.

ثالث عشر: التكرار: أكثر العناصر أهمية في إقناع الجمهور بالتكرار حيث ستترك أثراً إيجابياً لدى الجمهور والرأي العام فكثرة التكرار تخلق مصداقية لدى الرأي العام.

رابع عشر: التهوين أو التقليل: أي تقليل أهمية الإنجازات التي تحققت فرجل الدعاية يحبط الجمهور بتقليل الإنجازات للطرف الآخر.

خامس عشر: السخرية: التقليل من قوة الخصم وإيهام الرأي العام بان قوته ضعيفة.

سادس عشر: عرض الحقائق: أي توفير نسبة قليلة من الحقائق أي توفير نسبة قليلة من الحقائق للإمساك بزمام الرأي العام حتى لا يفقد رجل الدعاية ثقة ومصداقية الرأي العام.

سابع عشر: الاستخفاف: يعد من أهم أسباب تجرؤ وسائل الإعلام على ممارسة الدعاية وقلب الحقائق واستخدام أساليب التضليل المتعددة، إذ ان المتلقين الذين يدققون في الرسائل الإعلامية سيتواصلون بمتابعة تراكمية لها من شيء من التركيز الواعي إلى انهم يتعرضون إلى دعاية موجهة وسيكشفون انهم لا يتلقون معلومات مجردة يمكن الاعتماد عليها في التحليل وبناء المواقف وتعد هذه الشريحة من فئة المتلقين قليلة بل ونادرة فالغالبية يطلقون لوسائل الإعلام القيادة ويتلقون منها المعلومات دون تركيز أو تدقيق مستقل هذه الصفة الذميمة في متابعيها وتلقي بالكلمات التي تحمل تناقضاً بيناً أو خفياً وتلقي بالمعلومات التي اذا ما قورنت مع غيرها في نفس الخبر أو أخبار أخرى فانها لا تستقيم في الوعي.

ثامن عشر: برمجة اللغة العصبية: أي القدرة على الفهم النفسي والعصبي للكلمات والعبارات التي يسمعها أفراد الجمهور المستهدف وتندرج تحتها الصورة والصوت والمكتوبات بحيث تدفعه دفعاً نحو الفهم الذي يقصد القائم على التحرير والإخراج في الوسيلة الإعلامية.



الفصل الثاني

الصهيونية وفلسفتها ونشأتها وأهدافها ومفهومها

مفهوم الصهيونية: الصهيونية حركة قومية يهودية، اشتق أسمها من جبل صهيون وتهدف إلى إعادة مجد إسرائيل من خلال إقامة دولة لليهود في فلسطين لإقامة الهيكل وهدم المسجد الأقصى ويكون على رأس هذه الدولة المسيح المنتظر، والذي ينتهي إليه حكم العالم، وقد زاوجت الصهيونية ما بين السياسية والدين واتخذت الدين ركيزة، وعلى ذلك قامت الدعوى السياسية.

ان **مصطلح الصهيونية**: هو اسم علم يعنى تحديداً جبل صهيون، وهو يقع جنوبي غربي القدس يحج إليه اليهود هاتفين "رنحوا للرب الساكن في صهيون"، لكن كلمة الصهيونية أو صهيون تتسع في معناها ورمزها لتشير إلى مدينة القدس بل هي أيضاً ام إسرائيل، وبذلك فان المصطلح يشير إلى الشعب والأرض معاً لتشمل كل فلسطين فيشكل الحنين إلى صهيون حلم اليهود في العودة إلى أرض الميعاد.

كما ان مصطلح الصهيونية هو مصطلح كنعاني قديم وجاء من تسمية تلة في بيت المقدس سكنها الكنعانيون، وعلى هذه التلة بنى داود قصره بعد انتقاله من الخليل إلى بيت المقدس في القرن الحادي عشر قبل الميلاد وصارت كلمة صهيون، مع مرور الزمن تعنى الحكومة اليهودية الدينية.[1]

نخلص بالقول إلى ان الصهيونية هي حركة عنصرية قومية هدفها إقامة دولة يهودية في الأراضي المقدسة كوطن للشعب اليهودي حيث عقد أول مؤتمر صهيوني في سويسرا في مدينة "بازل" عام 1897 بمبادرة من ثيودر هيرتزل وهو الأب الروحي للصهيونية السياسية.

ان صيغة الصهيونية هي صيغة تستند إلى رؤية امبريالية تهدف إلى توظيف اليهود باعتبارهم مادة بشرية يمكن نقلها واستخدامها، كما تهدف إلى توظيف الطبيعية اذ لا قداسة ولا حرمة لأي شيء، أما من الناحية الأخلاقية فان الصهيونية ممارسة علمانية امبريالية تقوم على أساس العنف وإبادة السكان الأصليين أو

1- فلسطين الموقف والفكرة، د. محمود السمرة، الدار المتحدة للنشر، الطبعة الأولى، 1974، ص 37.

طردهم من أرضهم وهي تستعين بالامبريالية الغربية في تنفيذ مخططاتها سواء في نقل اليهود أو طرد الفلسطينيين.[1]

درجات الصهيونية:

صنفت الدراسات التاريخية والسياسية الصهيونية إلى الدرجات التالية:

أولاً: الصهيونية الأقلية: وهي مدرسة سياسية صهيونية تقول بفشل نظرية الاندماج وبضرورة حتمية إنشاء دولة يهودية في فلسطين.

ثانياً: الصهيونية التنقيحية: وهم الصهاينة الذين يرون الحل في بناء دولة قومية لليهود بعد فشل الصهيونية الاندماجية، وينظرون إلى اليهود كتراث ديني وقومي وبناء فوقي يمكن الاستغناء عنه، وان الدين والاشتراكية عناصر دخيلة في القومية يجب استبعادها، وقلل الصهاينة التنقيحيون من أهمية الصراع الطبقي باعتبار ان المستوطنين هم رواد يسعون للسيطرة على الأرض الفلسطينية وطرد سكانها منها، وليس لها أي انتماء طبقي محدد، وهذا التيار يعبر عن الصهيونية بأدق معانيها من حيث برجوازيتها وتزاوجها مع الامبريالية، ومن حيث اعتمادها على العنف والأساليب الفاشية في عدائها للعرب.

ثالثاً: الصهيونية التوفيقية: وهي الصهيونية التي استخدمها الصهيوني "وايزمن" للتركيز على الصهيونية المشتركة، وللدلالة على ضرورة تزاوج أساليب الصهيونية العملية والصهيونية القومية، والصهيونية السياسية في العمل لعدم تعارض التحرك الدبلوماسي "الصهيونية السياسية" مع سياسة خلق الحقائق الاستيطانية "الصهيونية العملية" بل لتكاملها الحقيقي.

رابعاً: صهيونية الديسابورا: وهي تيار فكري يعبر عن وضع اليهود الجدد المندمجين في المجتمعات الرأسمالية في الغرب، وتؤكد وجود انتماء

1- مشروع الشرق الأوسط الكبير، د. عبد القادر المخادمي، الدار العربية للعلوم، 2005، ص 217.

صهيوني عاطفي يعارض اندماج اليهود الكامل وفقدان الذات اليهودية، وبالتالي يتفق مع الجوانب الثقافية والدينية للعقيدة الصهيونية من جهة، ويعارض النظرة الصهيونية العامة التي ترى في الوجود اليهودي في المنفى حقيقة عارضة ومؤقتة، وبالتالي فان عودة اليهود لفلسطين غير مطروحة كما وينظر هذا التيار إلى اللاسامية على أساس انها ظاهرة اجتماعية عادية تتفاوت حدتها على أساس انها ظاهرة اجتماعية عادية حسب المكان والزمان، كما تعتبرها بقية التيارات الصهيونية مرضاً مزمناً لا شفاء للبشرية منه إلا بتجميع اليهود في دولة قومية يهودية، وبعد قيام الدولة اليهودية تبنت هذه الصهيونية صيغة الصهيونية الثقافية فيما يتعلق بالنظر إلى إسرائيل على أساس انها مركزية اليهودية الثقافية أو الروحية بالرغم من ذلك بما يشكله ذلك من تناقض مع العلمانية التي تنادي بها صهيونية الديسابورا في الغرب.

خامساً: صهيونية ثقافية أو روحية: مدرسة صهيونية دعا إليها "الحاخام آحاد – ها عام" والذي يدعي ان الخطر الحقيقي المهدد للاستمرارية اليهودية هو فقدان اليهود الشعور أو الوحدة والترابط وتخليهم عن قيمهم وتقاليدهم الروحية والثقافية وقد عارض قيمهم وتقاليدهم الروحية والثقافية كما عارض فكرة تجميع اليهود المنفيين في دولة واحدة في فلسطين ونادى بفكرة المركز الروحي لليهودية الذي من شأنه ان يساعد على تحرر اليهود روحياً ومسايرة التطور ضمن الشخصية الحضارية اليهودية وقد تحولت هذه المدرسة بعد قيام الدولة الصهيونية من مدرسة معارضة للصهيونية السياسية إلى تيار يؤكد أهمية العملية الثقافية والروحية للولادة اليهودية الجديدة ذات الاستمرار الحضاري.

سادساً: الصهيونية الدينية: وهي حركة فكرية يهودية معارضة للاتجاه القومي العلماني لدى بعض الصهاينة وهي تؤمن بان الصهيونية السياسية رغم بعض عوامل علمانيتها فهي تساهم في إحكام القبضة على القيم الدينية وخاصة

الوجدان اليهودي، وقد اتخذت هذه الحركة شكلاً تنظيمياً بقيام حركة مزراحي والتي تبنت الشعار التالي:

" **أرض إسرائيل لشعب إسرائيل حسب شريعة توراة إسرائيل**"، وشعار آخر "**التوراة والعمل**" وهم يرون ان اليهود أمة تتميز عن غيرها لان الله هو الذي أسسها بنفسه وان وحدة الوجود اليهودي تتمثل بالتحام اليهود والتوراة وفلسطين ذلك الالتحام الذي يفجر عبقرية اليهود.

سابعاً: صهيونية راديكالية: تيار صهيوني مشابه للصهيونية التنقيحية أسس عام 1933 كاحتجاج على مهادنة وايزمن لبريطانيا واستعداده لقبول التدرج الليبرالي من الصهيونيتين ليكونوا الاتحاد العالمي للصهيونيتين العموميين.

ثامناً: الصهيونية السياسية: اصطلاح يستخدم للتميز ما بين البدايات الصهيونية مع أحباء صهيون التي كانت شبه ارتجالية تعتمد على صداقات أغنياء اليهود وبين صهيونية هيرتيزل التي حولت المسألة اليهودية إلى مشكلة سياسية وخلقت حركة منظمة محدودة الأهداف والوسائل، ويرى هؤلاء ان المشكلة اليهودية ناتجة عن عدم مقدرة اليهودي في الاندماج، وان معاداة السامية فرض متأصل في الغرب لا شفاء منه إلا بالهجرة إلى فلسطين أو أي مكان آخر خاص بهم ليتمكن اليهود من تشكيل قومية وشعباً شأن القوميات والشعوب الأخرى، ولا يتم ذلك إلا من خلال الامبريالية لان المشكلة اليهودية ذات طابع دولي.

عاشراً: الصهيونية العملية: تيار صهيوني نشيط ظهر في البداية كنتيجة لفشل المحاولات الدبلوماسية والسياسية في الحصول على تنازلات إقليمية سياسية وضمانات دولية طالب بالاعتماد على الجهود الذاتية اليهودية والمباشرة بإقامة الوطن اليهودي وفرضه كأمر واقع دون انتظار نجاح الجهود الدبلوماسية مع عدم إغفالها والتخلي عنها.

حادي عشر: الصهيونية العمومية: وهي الصهيونية التي تطالب بالالتزام بالخط الصهيوني الوسطي العام، المستند للمطالبة بالمصلحة القومية بصرف النظر عن الانتماء الحقيقي.

بروتوكولات الحركة الصهيونية:

مفهوم بروتوكولات حكماء صهيون:

قبل ان نستعرض الأركان العامة لبروتوكولات حكماء صهيون لابد وان نعرف مصطلح البروتوكول بشكل عام، ان لفظ "بروتوكول" جاء بعدة معاني حسب موقع الكلمة واستخدامها في ذات السياق اللغوي، فكلمة بروتوكول تستعمل للدلالة على مجموعة من القرارات والرسائل والمذكرات الحكومية، كما تدل على مجموعة من الإجراءات والقرارات الصادرة عن مؤتمر أو جمعية وقد جاء مصطلح البروتوكول من اللفظ اللاتيني "Protocollum" وهي بدورها مشتقة من الكلمة اليونانية "Porotcollon " المؤلفة من لفظين هما "Kolla , Protos" فمعنى الأولى "الصق" وكانت تطلق على الورقة الأولى الملصقة على العهود والمواثيق، ومن اللفظ الأول Protos انبثق في اللغة الفرنسية، وفي الاصطلاح الدولي مفهوم الأولوية والأسبقية والصدارة والتي تعتبر حجر الزاوية في قواعد المراسم.

أن لفظ بروتوكول: تعني كذلك الميثاق مثل بروتوكولات حكماء صهيون، وبروتوكول الإسكندرية والأخيرة هو الميثاق الذي قامت عليه جامعة الدول العربية أي ميثاق الإسكندرية.[1]

1- فلسطين الكلمة والفكر، د. محمود السمرة، ص 37.

وعلى ضوء ما تقدم فان لمصطلح البروتوكول ثلاث معاني مستخدمة في العرف الدولي هي:[1]

المعنى الأول: وتطلق على الصك الذي يتضمن اتفاقاً أقل شأناً من المعاهدات والاتفاقيات، وقد يكون مستقلاً عنها أو متمماً لها.

المعنى الثاني: تطلق على المحضر الذي يتضمن المباحثات والمناقشات التي جرت في اجتماع دولي.

المعنى الثالث: ويعني قسم البروتوكول في وزارة الخارجية..

وعودة إلى بروتوكولات الحركة الصهيونية أو ما تعرف به بروتوكولات حكماء الصهيونية فهي تعني مواثيق الصهيونية ومقرراتها، فلفظة حكماء تعنى الشيوخ أصحاب النفوذ في دنيا السياسة والاقتصاد والصناعة، وعددها أربعة عشر بروتوكولاً ترسم خطط اليهود للسيطرة على العالم في مدى مائة عام، وقد عرف هذا المخطط اليهودي بهذا الاسم أي بروتوكولات حكماء صهيون سنة 1897 حيث كشف لاحقاً عن أسرار هذه البروتوكولات.

قصة بروتوكولات صهيون:

ان بروتوكولات حكماء بني صهيون ليست محاضر جلسات بل هي تقرير وضعه شخص أو مجموعة أشخاص ذي نفوذ وتم تقسيمه إلى أقسام مفككة الأوصال تحملنا على الاعتقاد بانها جزء من كل، بدايته مفقودة، ولم يتسنَّ للعرب الاطلاع عليه إلا بعد منتصف القرن الماضي وعلى نطاق محدود لان اليهودية العالمية حرصت الا يتسرب شيء عنها إلى الشرق العربي، كما صرحت مثل هذا الحرص أيضاً حكومة الانتداب في فلسطين حتى ان الوفود العربية التي توجهت إلى لندن وباريس من مصر وفلسطين والعراق وسوريا ولبنان في فترة ما بين الحربين العالميتين

1- مرجع سابق، ص 175- 176.

وبعد الحرب العالمية الثانية إلى عام 1948 لم تكن تعرف شيئاً واضحاً عن هذه البروتوكولات.[1]

ان بروتوكولات حكماء صهيون هي وثيقة يهودية مزعومة معادية تقع في 110 صفحات نشرت عام 1901 كملحق لكتاب ألفه الكاتب الروسي " سيرجين نيبلوس" وتزعم هذه الوثيقة ان حاخامات اليهود عقدوا اجتماعاً سرياً في سويسرا عام 1897 " في بازل في سويسرا" أي في نفس العام الذي انعقد فيه المؤتمر الصهيوني الأول، وذلك بهدف وضع خطة عالمية محكمة بالتعاون مع الماسونيين الأحرار وغيرهم لإقامة وحدة عالمية تخضع لنفوذ اليهود وتديرها حكومة عالمية يكون مقرها القدس.[2]

وعودة إلى قصة هذه البرتوكولات فقد ولدت كما أشرنا أنه خلال عام 1897 عقد المؤتمر الصهيوني الأول في بازل بسويسرا بحضور 300 من رؤوس اليهود في العالم يمثلون 50 جمعية برئاسة مؤسس الحركة الصهيونية والأب الروحي لها ثيودور هدتيزل، وشهد المؤتمر أقرار خطة إستراتيجية شاملة ومتكاملة وضعها زعماء اليهود للسيطرة على العالم وتسيره اجتماعياً وأخلاقياً واقتصادياً وسياسياً في اتجاه يفضي إلى هيمنة اليهود عليه حتى الوصول إلى حكم العالم كله يملك من نسل داود، ويعود الفضل في اكتشاف أسرار بروتوكولات خبثاء اليهود وأفاعي الصهيونية المؤرخ والمفكر الروسي سيرجي نيلوس كما أسلفنا حيث انه أول من أطلع عليها وقلبها ودرسها وحللها وعندما وجد ان الخطر يكمن في ثنايا هذه البروتوكولات، ولذلك أقدم على ترجمتها بالقول " ان سيدة فرنسية هي مدام "K" استطاعت أثناء اجتماعها بأحد زعماء اليهود في الرابطة الإسرائيلية العالمية في باريس بالإطلاع على جانب من محاضر المؤتمر الأول واحتوى هذا الجانب على الوثائق المدونة بها الخطة، وخلال هذه اللحظة التاريخية تنبهت هذه السيدة إلى

1- مرجع سابق، ص 37.

2- معجم المصطلحات السياسية، بسام الشاقية، تحت الطبع.

أهمية وخطورة هذه الوثائق، ولذلك أقدمت على سرقتها إلى ان وصلت إلى أبرز زعماء أعيان روسيا القيصرية وهو "اليكس نيوكلا فيتش" والذي بدوره دفعها إلى المؤرخ الروسي نيلوس حيث درسها الأخير دراسة دقيقة فروعته خطورتها وما فيها من مكائد يمس جزء منها روسيا القيصرية فترجمها ونشرها بالروسية عام 1902 مع تعليقات يتنبأ بها بكثير من الأحداث التي لابد ان تقع بناء على ما هو مدون، ثم أعاد نيلوس طبعها عام 1905 و 1911 و 1917، وقد وصلت نسخة من الطبعة الروسية الثانية الصادرة عام 1905 إلى المتحف البريطاني الذي حفظها مختوماً عليه تاريخ تسلم المتحف لها يوم 10 آب 1906، وعلى ضوء ذلك ترجمت البروتوكولات عام 1917، ثم توالت طبعاتها الانجليزية وترجمت إلى الألمانية سنة 1919، وإلى الفرنسية سنة 1920.[1]

أين العرب من بروتوكولات حكماء صهيون؟

لم يتسن للعرب الاطلاع على البروتوكولات إلا بعد منتصف القرن الماضي وعلى نطاق محدود جداً لان الصهيونية العالمية حرصت ألا يتسرب شيء منها إلى الشرق العربي، كما حرصت مثل هذا الحرص أيضاً لندن وباريس، وقد تمت ترجمة البروتوكولات إلى اللغة العربية على يد المترجم محمد خليفة التونسي، وقبل بضعة أعوام صدرت ببيروت الطبعة الرابعة من الترجمة، وقد صدّر المترجم الطبعة الأولى بمقدمات عن البروتوكولات وضم إلى الطبعة الثانية الكلمة التي كان "عباس محمود العقاد" قد نشرها في جريدة الأساس بعد صدور الطبعة الأولى، ومما قاله العقاد فيها " ان هذا الكتاب لا يزال لغزاً من الألغاز في مجال البحث التاريخي وفي مجال النشر والمصادرة فقلما ظهر في لغة من اللغات إلا ان يعجل إليه النقاد بعد أسابيع أو أيام أو ساعة من ظهوره.

1- الوحي ونقيضه، بروتوكولات حكماء صهيون في القرآن الكريم، د. رها الأمين، مكتبة مدبولي، الطبعة الأولى، 2006، ص 43.

وفي عام 1967 صدرت ترجمة جديدة باللغة العربية "عجاج نويهض" للبروتوكولات مع تعليقات عليها تتناول كل ما له صلة بالبروتوكولات من بعيد أو قريب ولهذا السبب جاءت هذه الطبعة في مجلدين ضخمين حيث تحتل البروتوكولات منها مائة وعشر صفحات تقع في آخر المجلد الأول، وهذا الكتاب يتناول ماهية البروتوكولات وكيفية ظهورها في أوروبا ومن هو الذي يرجح انه كتبها ومن هم تلاميذه في فلسطين، كما تناول المترجم شرح لقاعدة "التجمع والاقتحام"، وكيفية تطبيق عملية المذابح الدموية في فلسطين، كما واستعرض المترجم عدداً من زعماء الصهيونية المعروفين في فلسطين وأوربا وسنتحدث عنهم لاحقاً. أمثال جابوتنسكي، ويوسف ترمبلدور، واوشكين، وسولوكوف، وروتنبرغ، واشر يزبرغ، كما واستعرض تفاصيل لقاء البابا وزعماء الصهيونية في روما خلال الأعوام "1903 و 1921".

ومن جهة أخرى وفي ذات السياق فان أبرز روايات البروتوكولات جاءت على النحو التالي:[1]

الرواية الأولى: ان سيدة فرنسية استطاعت سرقة البرتوكولات أثناء اجتماعهم في فرنسا ثم هربت وسلمتها للمؤرخ الروسي "نيقولا فيتش" الذي وضعها بدوره بين يدي صديقه الاستاذ " نيلوس" ويعترف الأخير في المقدمة التي كتبها للبروتوكولات انه تسلمها من صديقه "اليكسي نيقولا نيفيتش" كبير أعيان روسيا القيصرية وهو يرى بالتأكيد القطعي صورة من وثائق أصلية سرقتها سيدة فرنسية من أحد ذوي النفوذ والرئاسة من زعماء اليهود وقد تمت السرقة في نهاية اجتماع سري بهذا الرئيس في فرنسا، وقد طبع "نيلوس" كطبعة أولى مجموعة نسخ قليلة فجّن جنون اليهود وهبّوا في كل مكان يعلنون ان البروتوكولات ليست من عملهم، وانها مزيفة

1- فلسطين الفكرة والكلمة السحرة، ص 39- 41.

عليهم، ولكن العالم لم يصدق أقوالهم وعمت المذابح ضد روسيا حتى قتل منهم في احداها نحو عشرة آلاف، وأعاد "نيلوس" نشر الكتاب سنة 1905 مع مقدمة وتعقيب بقلمه، ونفذت الطبعة بسرعة غريبة لان اليهود قاموا بجمع نسخها من الأسواق بكل الوسائل وأحرقوها، ثم طبع منها عام 1911 فنفذت النسخ بنفس الطريقة وحدث الشيء نفسه عام 1917، وقد وصلت نسخة من طبعة عام 1905 إلى المتحف البريطاني بلندن ومختوم على هذه النسخة ان المتحف قد تسلمها بتاريخ 10 آب 1906، وبعد الحرب العالمية الأولى ظهرت أول ترجمة للبروتوكولات باللغة الانجليزية على يد المترجم "فكتور مارسدن" المحرر في جريدة المورننغ بوست الانجليزية.

الرواية الثانية: تقول هذه الرواية ان الاستخبارات العسكرية الروسية القيصرية هاجمت المبنى الذي عقد فيه أقطاب الصهيونية أول مؤتمر لهم في بازل واضرموا النار فيه فهرب الصهاينة وعددهم يبلغ نحو الثلاثمائة، وعندما اقتحم رجال الاستخبارات الروسية قاعة الاجتماع وجمعوا الأوراق ومحاضر الاجتماع والمذكرات حملوها إلى روسيا، وعن طريق الحكومة الروسية حصل عليها أحد نبلاء روسيا وهو " اليكسي نيقولا ينفيتش" وقام بدوره بتسليمها إلى صديقه الأستاذ نيلوس عام 1901 فترجمها ونشرها بالروسية، ويعترف "نيلوس" في المقدمة التي كتبها انه تسلمها من صديقه "اليكس نيقولا نيفتش" كبير أعيان روسيا القيصرية وهو يرى بالتأكيد القطعي صورة من وثائق أصلية سرقتها سيدة فرنسية من أحد ذوي النفوذ والرياسة من زعماء اليهود، وقد تمت السرقة في نهاية اجتماع سري بهذا الرئيس في فرنسا ومن أجل الذين يريدون ان يروا أو يسمعوا فانني أخاطر بنشر هذه المخطوطات تحت عنوان "بروتوكولات حكماء صهيون".

الرواية الثالثة: تقول هذه الرواية ان المترجم "فكتور مارسدن" المحرر في جريدة المورننغ بوست الانجليزية أثناء اشتعال الثورة البلشفية في روسيا عام 1917 حيث طلبت الصحيفة من "مارسدن" ان يسافر إلى روسيا لموافاتها بتطور أحداث الثورة الروسية فوقعت في يده نسخة البروتوكولات الروسية الموجودة فيه فذهل لما رأى وقرر ترجمتها، كما وتشير المصادر كذلك إلى ان "مارسدن" سافر إلى روسيا وعمل مراسلاً لجريدته خلال الحرب العالمية الأولى، ولما اشتعلت الثورة الروسية كان نشيطاً في موافاة جريدته فاعتقل وزج به في السجن في عهد "كيرنسكي"، وعندما أطلق سراحه عاد إلى لندن ومعه زوجته الروسية ويحمل نسخة بالروسية من البروتوكولات التي كان قد ترجمها عن أصلها العبري المؤرخ الروسي سرجي – نيلوس، وفي لندن وفي قاعة المطالعة بالمتحف البريطاني أقبل "مارسدن" على ترجمة هذا الكتاب سراً ولما فرغ منه نشره عام 1919 فكان في خمسة وثمانين صفحة من القطع المتوسط والحروف الصغيرة ما عدا المقدمة والفهرس، وقد اعيد نشر هذه الترجمة عدة مرات كانت الخامسة والأخيرة سنة 1921 وكانت النسخ تختفي في كل مرة بسرعة مذهلة ولم يجرؤ أحد بعد عام 1931 على نشر البروتوكولات كما يقول المؤرخ البريطاني " دجلاس- ريد" في كتابه من الدخان إلى الخنق وهو يتحدث عن الحركات السرية المعاصرة.

ماهية البروتوكولات:

لقد وصف المؤرخ "نيلوس" بانها تقرير أو محاضرات طويلة وصفها يهودي ذو خطر ونفوذ لإلقائها على زعماء وأقطاب اليهود لكي تكون منهاجاً لخطة العمل التي ينبغي توخيها حتى يمكن السيطرة على العالم في غفلة من أممه وشعوبه في الاتجاه المفضي إلى سقوط كل الحكومات وإقامة الحكومة اليهودية العالمية، ويضيف "نيلوس" ان البروتوكولات مقسمة أقساماً غير متساوية وتحمل على الأساس بأنها جزء من عمل خطر بدايته مفقودة، ويبلغ عدد البروتوكولات أربعة وعشرين،

وان كانت في أصلها غير مرقمة، وانما يفصل بين كل بروتوكول وآخر فراغ أو علامة تدل على انتهاء كلام وبداية كلام آخر.

ويمكن تقريب البروتوكولات إلى الأذهان بتصورها على هيئة زعيم أو رئيس حزب يقف في أعضاء حزبه ويملي عليهم بياناً مفصلاً بإستراتيجية الحزب السياسية والاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية والتي يمكن من خلالها إزاحة الأحزاب المنافسة أو السيطرة على نخبها ذهنياً لتكون مطية الحزب إلى الحكم والسيادة فالزعيم هو المتحدث الذي يلقي البروتوكولات والتي هي الخطة، والأحزاب الأخرى هي الإسلام والمسيحية، وما خرج قد تكون منها من أهم دول وحكومات ورؤساء هذه الأحزاب هم نخب المجتمعات الإسلامية والمسيحية والتي هي عبر السيطرة عليها دون ان تدري وتوجيهها بمختلف وسائل التوجيه الذهني وأدوات تكوين العقول هي مطية اليهود للوصول إلى الحكومات العالمية.

ومن هنا يتبين لنا ان البروتوكولات هي خطة ينفذها اليهود عملياً لحكم العالم ولكن تبدو كخطة لتغيير خريطة العالم الذهنية أو بصورة أوضح تبدو كخطة لاحتلال أذهان النخب لكي تفعل هي ما يؤدي إلى اعتلاء اليهود سدة العالم.[1]

آباء البروتوكولات

يرجع الذين تصدوا للبحث في البرتوكولات انها وضعت لتقرأ في المؤتمر الصهيوني الأول وتصبح دستوراً للعاملين في الصهيونية على الا تنشر، ويبدو من أسلوبها انها من وضع فرد لا جماعة ويغلب على الظن ان الأب الروحي لها هو "اشر غزيرغ" وهو يهودي من "آوروبا" في أوكرانيا على البحر الأسود، وفيها ولد عام 1856 وتوفي في تل أبيب سنة 1927، وهو بمثابة الأستاذ الروحي "لوايزمان" والأخير نفسه يعترف بهذا اعترافاً فيه اعتزاز ومباهاة، وذلك في كتابه التجربة والخطأ وان

1- الوحي ونقيضه، د. بها الأمير، ص 44.

كان "وايزمان" ينكر هذا الكتاب ان البروتوكولات هي من وضعه أو من وضع أحد من اليهود.

ويعرف "أشر اغتنبز بدغ" باسم أدبي هو "أحد ها عام" وهو الاسم الذي كان يوقع به في كتاباته ومعناه واحد من الناس وقد حضر "ها عام" المؤتمر الصهيوني الأول الذي عقد في بازل عام 1897 كما حضره هرتزل، ولكنهما اختلفت بالرأي فالأول كان يرى انه يجب خلق روح التجمع والمخاطرة والاقتحام في الشعب اليهودي لانتزاع الأرض ومعنى هذه الدعوى إلى إراقة الدماء والتدمير وإقامة الهيئات السرية، وهذا ركن من أهم أركان البرتوكولات " والتي سنعرضها لاحقاً" وعن طريق القوة يستطيعون الحصول على وطن لهم، والثاني فكان يرى ان الحصول على الأرض بالمال والإغراء يأتي أولاً.

وبذلك يكون "احد ها عام" قد وضع مؤلفين بالعبرية للدعوة إلى مخططه وهما:

1. موسى.
2. على مفترق الطرق.

كما تم إنشاء منظمة "بني موسى" لتخريج عدد من الشبان كل سنة يحملون روحه وعقائده ولم يكن يقبل بالدورة الواحدة أكثر من مائة شاب، وأبرز تلاميذه "وايزمان" وان كان قد جمع في التطبيق العملي بين تعاليمه، بينما دعوة هرتزل كانت إلى الهجرة الواسعة وامتلاك الأرض وكان زعماء الحركات الإرهابية التي قامت في فلسطين هي من تلامذة "احد عا هام" ابتداء من جاوبو تنسكي أستاذ مناحيم بيغن وشتيرين وانتهاء بكل العاملين في المنظمات الإرهابية الصهيونية وكل المذابح الوحشية التي حدثت من صنع أيديهم ابتداء من دير ياسين إلى ما يجري الآن من قتل وإبادة الشعوب العربية.

ويمكن مقارنة كل فكرة أو نص في البروتوكولات بمثيله من كتبهم المقدسة كالعهد القديم "التوراة والتلمود " وفي أقوال زعمائهم المعترف عندهم

بصدورها عنهم وكلها توجب على اليهودي ان يستحل كل وسيلة للوصول إلى غايته حتى القتل وقتل غير اليهودي يعتبر قربان يتقرب إليه الصهيوني إلى الرب.[1]

وقبل ان نختتم البروتوكولات لابد وان نطوف بالقارئ على عدة مفاهيم لها علاقة بالدين اليهودي واليهودية والإسرائيلية على النحو التالي:

أولاً: التلمود: اسم مشتق من كلمة "لوحيد" العبرية وتعني التعليم، والتلمود هو أحد المراجع الشفهية الدينية لليهود ويشمل 63 كتاباً تعالج قضايا الدين والشريعة والتاريخ والآداب والعلوم الطبيعية والميتافيزيقيا، وهناك فصول عن الزراعة وفلاحة البساتين والصناعة والربا والضرائب وقوانين الملكية والدين والرق والميراث وأسرار الإعداد والفلك والتنجيم والقصص الشعبي، ويقسم التلمود إلى قسمين **الأول** : ويحتوي على القوانين الأساسية المكتوبة بالعبرية ويطلق عليه "ميثنا" **والثاني**: مخصص لشرح القوانين ومناقشتها وسرد القصص والأمثلة للتدليل على معانيها وعبرها، وقد كتب معظمه بالآرامية ويطلق عليه اسم "جمارا".

والتلمود كتاب جامع واسع بشكل لا يكاد يدع للفرد اليهودي حرية الاختيار في أي وجه من أوجه النشاط في الحياة العامة والخاصة. وقد بدأ تدوين التلمود مع بداية العصر المسيحي ولم يتم الانتهاء منه إلا في القرن الخامس واستغرق تأليفه أكثر من 500 سنة والتلمود تلمودان أحدهما تلمود بابلي وتلمود فلسطيني أورشليمي لكن التلمود البابلي هو الكتاب المقدس والأهم لدى اليهود.

ثانياً: التوراة: الكتاب المقدس لدى اليهود، وهو كتاب إنشاء وتاريخ وتشريع، وتشتمل التوراة تعاليم دينية وقواعد السلوك بين الناس على مجموعة من القوانين والعادات والتقاليد وأنماط الحياة عند اليهود، وهي كلمة مشتقة من كلمة "تارا" بمعنى يلقي بالقرعة لمعرفة مشيئة الله والكلمة في الأصل لم

1- فلسطين الموقف والفكرة ، السمرة، ص 42- 43.

تكن ذات معنى محدد بل كانت تعني وصايا أو شريعة أو علم أو أوامر ولكنها أصبحت في القرن السادس تشير إلى شريعة موسى أما الآن فتشير إلى مخطوط أسفار موسى الخمسة التي تكتب باليد وتحفظ في تابوت العهد في المعبد اليهودي والذي يعرف باسم لفائف الشريعة وقد استمرت دلالة الكلمة في الاتساع لتشمل العهد القديم ثم أصبحت تشمل التفسيرات والأوامر والنواهي التي دونت في التلمود.

والتوراة تشمل التراث اليهودي الديني وكل ما أوصى الله به اليهود وهي تشمل التوراتيين التي تلقاها موسى عند جبل سيناء والأخرى شفهية تناقلها وكتبها خامات عن موسى ولهذا جاءت كلمة توراة بمعنى "ها لاخاه" أي كل الأوامر الواردة والنواهي التي ورد ذكرها في كل من التوراة والتلمود وهي تشكل الأرضية المشتركة لليهود في العالم.

ثالثاً : اليهودية: تنسب إلى اليهود، وهي مصطلح رغم بساطته فهو إشكالي، فكلمة يهودي يمكن ان تستخدم للإشارة إلى العبرانيين القدامى باعتبارهم جماعة عرقية أو اثنيه "قوم" أو باعتبارهم جماعة دينية "الشعب المختار"، كما وأشارت إلى اليهود الحاخاميين أو القرائيين أو السامرين ويهود الصابرة ويهود الصين وأثيوبيا، ويشار كذلك إلى اليهود باعتبارهم شعباً مقدساً من التراثيين الدينيين المسيحي واليهودي، ومع بروز العلمانية أصبح اليهود شعباً عضوياً يشار إليهم بوصفهم الشعب اليهودي.

والصابرا إلى السفارد والاشكناز والصابرا أو يهود الولايات المتحدة على أنهم يهود، وتزداد الأمور اختلاطاً حينما يستخدم دلالة يهود للإشارة إلى يهود العالم وإلى صهاينة العالم والمستوطنين في إسرائيل، ولعل المصدر في الخلط هو التراث الانجيلي الذي يتحدث دائماً عن اليهود باعتبارهم الشعب وهي طريقة للرؤيا ورثها

العالم الغربي ككل، ولذا نجد ان المحايدين العلميين والمعادين لليهود والصهاينة المتميزين يتحدثون عن اليهود ككل.[1]

ان كلمة يهودي كانت تشير إلى الشخص الذي يعتنق اليهودية وقد ظهرت بعد الكلمتين "عبري ويسرائيل" أو عضو جماعة إسرائيل، ويهودي كلمة عبرية مشتقة من يهودا وهو اسم احد أبناء يعقوب والذي سميت به أحد قبائل العبرانيين الاثني عشر.

واسم اليهود مشتق من الأصل السامي القديم، "ودي" التي تفيد الاعتراف والإقرار والجزاء مثل كلمة "دية" عند العرب، وقد اكتسبت هذه المادة معنى الإقرار والاعتراف بالجميل، وقد استوحت "ليئة" زوجة يعقوب اسم أبنها الرابع من هذا المعنى قائلة "هذه المرة أحمد الرب" لذلك دعته يهودا، كما جاء في سفر التكوين 35/29، فكلمة يهوه تعني الرب، ودي تعني الشكر ومنهما يهودي وكانت الكلمة ذات مدلول جغرافي في بادئ الأمر اذ كانت تشير إلى سكان المملكة الجنوبية يهودا وحسب ولكن دلالتها اتسعت لتشمل اليهود كافة خصوصاً بعد انصهار سكان المملكة الشمالية "يسرائيل" بعد التهجير الأشوري واختفائهم من مسرح التاريخ واستمرار مملكة يهودا قرنيين من الزمان، وبذلك أصبحت كلمة يهودي علماً على كل من يعتنق اليهودية في أي زمان ومكان بغض عن الانتماء العرقي أو الجغرافي، والشريعة اليهودية عرفت اليهود بانه من ولد لأم "يهودية أو تهود".[2]

بينما الإسلام عرف اليهودي بانه كل من يعتنق اليهودية سواء أكان من الحاخاميين أو القرائيين أو السامرين، وبذلك نكون قد دخلنا في إشكالية تعريف اليهودي من منظور عقائدي أو عرقي جغرافي وهكذا، بينما في الغرب

1- موسوعة اليهود واليهودية الصهيونية، د. عبد الوهاب المسيري، دار الشروق، 1999، المجلد الأول، ص 201.

2- مرجع سابق، ص 209.

فقد مرت الكلمة بعدة تطورات دلالية ففي العالم الهيليني والدولة الرومانية كانت كلمة يهودي تشير إلى الفرد الاثني أي القوم اليهودي، وكانت مسألة العقيدة ثانوية، بينما في العصور الكاوولينجية في الغرب حتى القرن الحادي عشر أصبحت كلمة يهودي تعنى الانتماء للجماعة اليهودية، كما كانت مرادفة لمصطلح تاجر، وبعد القرن الحادي عشر أصبحت كلمة يهودي مرادفة لكلمة مرابي، ولذلك يساوي الفكر الاشتراكي الغربي ما بين اليهودي والمرابي وخاصة كتابات "فورييه" ففي اللغة الانجليزية ارتبطت الكلمة باسم "يهوذا الاسقرابوطي" الذي باع المسيح بحفنة قطع من الفضة، كما ان بعض اليهود في القرن التاسع عشر أسقط مصطلح يهودي واستخدموا مصطلحات أخرى مثل عبراني أو إسرائيلي وموسوي، وهكذا حدث تراجع بعد الحرب العالمية الثانية وأصبح مصطلح اليهودي مترادفاً.

يخلص المسيري بالقول ان كلمة يهودي في الوقت الحال لها معنيان:

1. المعنى الديني ألاثني.
2. المعنى ألاثني المحض.

فهي تشير إلى الكتل الثلاث الأساسية وهي الاشكنازيم والسفارديم والجماعات اليهودية الأخرى التي انفصلت عن الكتل الثلاث الكبرى مثل الفلاشا ويهود الهند، وهي تشير كذلك إلى اليهودية شتى الفرق التي نشأت في العالم الغربي كالإصلاحيين والمحافظين والارثوكسين والتجديديين حتى لو كفر بعضهم أعضاء بعض، ويستخدم المصطلح كذلك إلى المستوطنين الصهاينة مع ان مسألة اليهودي لا تزال دون إجابة داخل الدولة والفكر الصهيوني أي انها كلمة ذات مجال دلالي مختلط وغير محدد.[1]

1- مرجع سابق، ص 209- 210.

رابعاً: العبرانيون: أقدم التسميات التي تطلق على أعضاء الجماعات اليهودية، ويقال أيضاً عبراني وجمعها عبرانيون، وهناك إشكالية في تعريف مصطلح العبرانيون، وقد اعتبر المفكر عبد الوهاب المسيري ان مصطلح عبراني يهودي استخدم للإشارة إلى العبرانيين في الفترة الممتدة ما بعد العودة إلى بابل سنة 539 ق. م حتى سقوط الهيكل سنة 70 م، فخلال هذه الفترة بدأت ملامح النسق اليهودي كما نعرفه تلك تحدد مع بداية الفترة واكتملت نهايتها، ومع هذا كان العبادة القربانية المركزية لا تزال الإطار الديني المرجعي للعبرانيين.(1)

ان كلمة عبراني هي إشارة لليهود القدامى كتجمع اثني ذي خصائص معينة.

خامساً: الإسرائيلي: نسبة إلى إسرائيل والأخير مصطلح يشير إلى المستوطن الصهيوني أما السكان فهم يسرائيليون، فالإسرائيلي أذن مواطن الدول أو الكيان الصهيوني، وهو يختلف عن " الايسرائيلي" أو عضو جماعة يسرائيل. وهم العبرانيون كجماعة دينية وليس كل الإسرائيليين صهاينة تماماً، كما ان كل الصهاينة ليسوا بالضرورة إسرائيليين ولا يوجد أي ترادف بين الإسرائيلي واليهودي بل هناك إسرائيليون تكفر العقيدة اليهودية.(2)

1- مرجع سابق، ص 206.

2- مرجع سابق، ص 210.

بروتوكولات حكماء صهيون:

البروتوكول الأول:

الحق يكمن في القوة، وان السياسية لا تتفق مع الأخلاق في شيء والحاكم المقيد بالأخلاق ليس بسياسي بارع، وهو غير راسخ على عرشه، لابد لطالب الحكم من الالتجاء إلى المكر والرياء، فان الشمائل الإنسانية العظيمة من الإخلاص والأمانة تصير رذائل في السياسة، وانها لتبلغ في زعزعة العرش أعظم مما يبلغه ألد الخصوم هذه الصفات لابد وان تكون في خصال البلاد الأممية "غير اليهودية".

فالغاية تبرر الوسيلة، وعلينا ونحن نضع خططنا الا نلتفت إلى ما هو خير وأخلاقي بقدر ما نلتفت إلى ما هو ضروري ومفيد.

من المسيحيين أناس أضلتهم الخمره وانقلب شبانهم مجانين الكلاسيكيات والمجون المبكر الذي أغراهم به وكلاؤنا ومعلمونا، وخدمنا ومربياتنا في البيوت الغنية وكتابنا ومن إليهم، ونساؤنا في أماكن لهوهم، وإليهن أضيف من يسمين "نساء المجتمع" والراغبات من زميلاتهن في الفساد والترف. يجب ان يكون شعارنا هو استخدام كل وسائل العنف والخديعة، يجب ألا نتردد لحظة واحدة في إعمال الرشوة والخديعة والخيانة اذا كانت تخدمنا في تحقيق غايتنا.

كنا أول من صاح في الناس "الحرية والمساواة والإخاء" كلمات ما انفكت ترددها منذ ذلك الحين ببغاوات جاهلة متجمهرة من كل مكان حول هذه الشعارات.

ان صيحتنا "الحرية والمساواة والإخاء" قد جلبت إلى صفوفنا فرقاً كاملة من عن طريق وكلائنا لينضموا إلينا وقد حملت هذه الفرق ألويتنا بحماس، بينما كانت هذه الكلمات مثل كثير من الديدان تلتهم سعادة الناس وتحطم سلامتهم واستقرارهم ووحدتهم مدمرة بذلك أسس دولهم، وقد جلب هذا العمل النصر لنا،

وقد مكننا من سحق الأرستقراطية الأممية "من غير اليهودية" التي كانت الحماية الوحيدة للبلاد ضدنا.

البروتوكول الثاني:

الصحافة قوة خطيرة غير ان الحكومات لم تعرف كيف تستعمل هذه القوة بالطريقة الصحيحة فسقطت في أيدينا ومن خلال الصحافة أحرزنا نفوذاً وبقينا نحن وراء الستار، وبفضل الصحافة كدسنا الذهب، غير آبهين إلى أننا نحصل عليه من خلال تجار دماء ودموع الآخرين.

البروتوكول الثالث:

لم يبق أمامنا غير مسافة قصيرة كي تتم الأفعى الرمزية دورتها وعندها ستكون كل أوروبا مقيدة بأغلال لا تكسر "ترمز الأفعى إلى الأمة اليهودية حيث يرمز رأسها إلى العاملين بأسرار السياسة من حكماء اليهود، ويرمز جسمها إلى بقية معتنقي اليهودية، وقد شبه اليهود قوتهم الخفية بالأفعى السامة التي بدأ زحف رأسها المميت من فلسطين بعد آب الهيكل عام 70 م والذنب باقٍ في فلسطين بينما يعمل الرأس في جميع ممالك الأرض لدغاً وتخريباً ولا يعود الرأس إلى الالتقاء بالذنب في القدس إلا بعد تدمير العالم والتربع على أنقاضه تحت حكم ملك يهودي من نسل داوود يحكم العالم من القدس وجدير بالذكر ان اليهود قد اتخذوا من الأفعى شعاراً لهم نقلاً عن المصريين القدماء، فالأفعى في نظر الفراعنة رمز الحكمة والقوة والدهاء وكانوا يجسمونها على تيجانهم كما يظهر من آثارهم.

ستنهار كل الموازيين القائمة سريعاً لاننا على الدوام نفقدها توازنها كي تبلى بسرعة أكبر، لقد وسعنا الهوة بين الحاكمين والمحكومين، وبذلك فقدت القوتان معاً أهميتهما لانهما حينما انفصلتا صارتا كأعمى فقد عصاه، شجعنا تطاحن الأحزاب وسعيها إلى السلطة ووضعنا أسلحة في أيديها وقد أقمنا ميادين

تتصارع فوقها الأحزاب بلا ضوابط ولا التزامات وسرعان ما ستطلق الفوضى وسيظهر الإفلاس في كل مكان.

البروتوكول الرابع:

يعمل المحفل الماسوني المنتشر في كل إنحاء العالم كقناع لأغراضنا، لكن الفائدة التي نسعى على تحقيقها من هذه القوة في خطة عملنا وفي مركز قيادتنا ما تزال على الدوام غير معروفة للعالم كثيراً، اذا تأسست الحرية على العقيدة وخشية الله وعلى الأخوة الإنسانية يمكن ان تأتي بضرر، ان الناس عندما يكونون محكومين بمثل هذا الإيمان سيكون تحت حماية هيئاتهم الدينية، وسيعيشون في هدوء واطمئنان وثقة وتحت إرشاد أئمتهم الروحانيين وسيخضعون لمشيئة الله على الأرض وهذا السبب الذي يحتم علينا ان ننتزع فكرة الله ذاتها من العقول وان نضع مكانها عمليات حسابية وضرورات مادية، وعلينا ان نحول انتباه المسيحيين عن سياستنا إلى المضاربات التجارية والصناعية وعن طريق المضاربة تعبر أموال غير اليهود إلى خزائننا وسيخلق الصراع من أجل الربح والتفوق والمضاربة في هذا العالم مجتمعاً أنانياً غليظ القلب منحل الأخلاق لا يكترث بالدين والسياسة وستكون شهوة الذهب رائده الوحيد فيكرس جهده لجمعه متخذاً من اللذات المادية التي يستطيع ان يمده بها الذهب مذهباً أصيلاً.

البروتوكول الخامس:

من بين مواهبنا الإدارية التي نعدها لأنفسنا موهبة حكم الجماهير والأفراد بالنظرية المؤلفة بدهاء أو العبارات الطنانة وكل أنواع الخديعة، كل هذه العبارات التي لا يمكن ان يفهمها اللاصهيون مبنية على التحليل والملاحظة ممتزجة بفهم يبلغ من براعته الا يحاربنا فيه منافسونا أكثر مما يستطيعون ان يحاربوننا في وضع خطط للأعمال السياسية والاغتصاب.

الجماعة التي يمكن ان تنافسنا هي رجال الدين ولكننا نجحنا في ان نجعلهم هزواً وسخرية في أعين الرعاع مع انها جماعة ظاهرة بينما نحن أنفسنا باقون في الخفاء محتفظون بسرية تنظيمنا، ان الطريقة المثلى للاستيلاء على الرأي العام تنحصر في العمل على إقلاقه وتشويشه بطوفان من الأفكار والآراء بحيث ينتهي الأمر إلى ضياع غير اليهود ووقوعهم في ظلام سحيق.

ولضمان الرأي العام علينا ان نوقعه في الحيرة بتغيرات شاملة وسيفهم الاصهيون عندئذ ان خير طريق يسلكونه هو ان لا يكن لهم رأي في المسائل السياسية ومن الضروري أيضاً لحكومتنا الناجحة ان تضاعف وتضخم الأخطاء والعادات والعواطف والقوانين العرفية في البلاد حتى لا يستطيع إنسان ان يفكر بوضوح في ظلالها المطبق فعندئذ يتعطل فهم الناس، وستساعدنا هذه السياسة على بذر الخلافات بين الهيئات وتفكيك كل القوى المجتمعة وتثبيط كل توافق فردي ربما يعوق أغراضنا لا شيء أخطر من الامتياز الشخصي فانه اذا كانت وراءه عقول فربما يضرنا أكثر مما تضرنا الملايين من الناس الذين وضعنا كل يد منهم على رقبة الآخر ليقتله بكل هذه الوسائل سنضغط على المسيحيين حتى يضطروا إلى ان يطلبوا منا ان نحكمهم دولياً وعندها نستطيع ان نستنزف كل قوى الحكم في جميع إنحاء العالم وان نشكل حكومة عالمية عليا وستمتد أيدينا كالمخالب الطويلة وسيكون تحت أمرتنا نظام يستحيل معه ان يفشل في إخضاع كل الأقطار.

البروتوكول السادس:

سنبدأ سريعاً بتنظيم احتكارات كبرى تستوعب الثروات الواسعة التي يمتلكها اللاصهيون إلى حد انها ستهبط جميعها وتهبط معها الثقة بحكوماتها يوم تقع الأزمة السياسة، لقد انتهت الارستقراطية للاصهيون كقوة سياسية، ولم يبق سوى الارستقراطية الزراعية وهي تشكل خطراً علينا لان معيشتهم المستقلة مضمونة لهم بمواردهم لذا يتحتم علينا تجريد الارستقراطيين من أراضيهم بكل الأثمان وأفضل الطرق لبلوغ هذا الغرض هو فرض الرسوم والضرائب، ان هذه

الطـرق سـتبقى منـافع الأرض في أحـط مـستوى ممكـن وسـرعان مـا ينهـار الارستقراطيون اللاصهيون لانهم بما لهم من أذواق موروثة غير قادرين على القناعة بالقليل.

ويجب ان تفرض كل سيطرة ممكنة على الصناعة والتجارة والمضاربة، بحيث تحول المضاريات كل ثروات العالم إلى أيدينا وبهذه الوسيلة سوف يقذف بجميع اللاصهيون إلى مراتب العمال الصعاليك، وعندئذ يخر اللاصهيون أمامنا ساجدين لظفروا بحق الحياة والبقاء، ولكي نخرب صناعتهم وتساعد المضاربات سنتشجع حب الترف المطلق الذي نشرناه قبل قليل، سنرفع أجور العمال لنخدعهم، كما اننا في الوقت نفسه سنرفع أثمان الموارد الضرورية متخذين من سوء المحصولات الزراعية عذراً.

البروتوكول السابع:

يجب أن ننشر الفتنة والمنازعات والعداوات المتبادلة في أوريا وسائر الأقطار ففي هذه فائدة مزدوجة:

الأولى: اننا سنتحكم عندئذ بمقدرات الأقطار التي تعرف حق المعرفة ان لنا القدرة على خلق الاضطرابات كما نريد، مع قدرتنا على إعادة النظام وكل البلاد معتادة على ان تنظر إلينا مستغيثة عند الضرورة.

الثانية: اننا سنصطاد بالدسائس وبكل أحابيلنا وشباكنا التي نصبناها جميع الحكومة ولكي نصل إلى هذه الغايات يجب علينا ان نضمر كثيراً من الدهاء والخبث إبان المفاوضات والاتفاقات، لكننا سنتظاهر فيما يسمى باللغة الرسمية بعكس ذلك، كي نظهر بمظهر الامين المتحمل للمسؤولية، وبهذا ستنظر إلينا حكومات اللاصهيون وكأننا متفضلون عليها ومنقذون للإنسانية، علينا ان نكون مستعدين لمقابلة كل معارضة من أية دولة بحيث تثير عليها الدول المجاورة ولكن اذا اتفقت الدولتان ضدنا فالواجب يحتم علينا ان نرد على ذلك بخلق حرب عالمية.

يقوم النجاح الأكبر في السياسة على درجة من السرية المستخدمة في أتباعها، ويجب ان لا تطابق أعمال الدبلوماسيين كلماته، ولكي تعزز خطتنا العالمية التي تقترب من نهايتها، علينا ان نتسلط على حكومات اللاصهيون بما يقال له الرأي العام الذي دبرناه نحن في الحقيقة من قبل متوسلين بأعظم القوى جميعاً وهي الصحافة.

البروتوكول الثامن:

يجب ان تكون حكومتنا محاطة بكل قوى المدنية التي ستعمل خلالها. انها ستجذب إليها الناشرين والمحامين والأطباء ورجال الإدارة وأرباب السياسة الناشئين في مدارسنا الخاصة. الذين يتقيدون بما يقدم إليهم من أوراق ويوقعونها من غير ان يقرؤوها ويعملون حباً في المال أو الرفعة لا المصلحة الواجبة وسنحيط حكومتنا بجيش كامل من الاقتصاديين، وسنكون محاطين بالعديد من رجال البنوك وأصحاب الصناعات والملايين وسيقرر المال كل شيء وما دام ملئت المناصب الحكومية بإخواننا اليهود وبعد ذلك فسوف نعهد بهذه المناصب الخطيرة إلى القوم الذين ساءت صحائفهم وأخلاقهم كي تقف مخازيهم فاصلاً بين الأمة وبينهم مما يسهل سيطرتنا عليهم.

البروتوكول التاسع:

لن نبدل كلمات شعارنا الماسوني القائمة على التحريرية بل سنعيد صياغتها للتعبير ببساطة عن الفكرة وسوف نقول "حق الحرية، واجب المساواة، وفكرة الإخاء" وبها سنمسك الثور من قرنيه وحينئذ نكون قد دمرنا في حقيقة الأمر كل القوى الحاكمة الا قوتنا وان تكن هذه القوى الحاكمة ما تزال قائمة نظرياً وحين تقف حكومة من الحكومات نفسها موقف المعارضة لنا في الوقت الحاضر فان ذلك أمر صوري متخذ بكامل معرفتنا ورضانا، لقد وضعنا يدنا على التشريع والمناورات

الانتخابية وتحكمنا في إدارة الصحافة كما أشرفنا على التعليم الركن الأساسي للحياة الحرة.

لقد أفسدنا الجيل الحاضر من غير اليهود ولقناه المبادئ والنظريات الفاسدة، ان لنا طموحاً لا يحد وشرها لا يشبع ونقمة لا ترحم، اننا مصدر الإرهاب بعيد المدى واننا نسخر في خدمتنا من جميع المذاهب والأحزاب من رجال يرغبون في إعادة إنشاء الملكيات واشتراكيين وشيوعيين وحالمين بكل أنواع الطوبيات، لقد وضعناهم جميعاً تحت السرج، ينسف كل واحد منهم على طريقته ما بقي من السلطة ويحاول ان يحطم كل القوانين القائمة وبهذا التدبير تتعذب الحكومات وتصرخ طلباً للراحة وتستعد من أجل السلام لتقديم أية تضحية لكننا لن نمنحهم أي سلام حتى يعترفوا في ضراعة بحكومتنا الدولية العليا.

اذا اكتشفت الأمم خططنا قبل الأوان، فقد اعددنا لمواجهتها قوة هائلة ترتعد لها فرائص الشجعان وسننشئ في جميع المدن ترقباً لتلك الاحتمالات الخطوط الحديدية والطرق السرية تحت الأرض ومن هذه الانفاق الخفية سنفجر وننسف كل مدن العالم ومعها أنظمتها وسجلاتها جميعاً.

البروتوكول العاشر:

علينا ان نقيم حكومات اوتوقراطية يسهل العبث بها وإخضاعها علناً عن طريق تركيز كل السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية في أقل عدد من المرتشين وعلى رأسهم الكبار من وكلائنا الذين ينفذون المخطط بحسب إرشاداتنا، وان الاتجاه إلى السرية التامة في نشاطنا هو السبيل للنجاح.

البروتوكول الحادي عشر:

من رحمة الله ان شعب الله المختار مشتت، وهذا التشتت الذي يبدو ضعفاً أمام العالم، فقد ثبت ان كل قوتنا التي وصلت بنا إلى عتبة السلطة العالمية هي

بفضل الشتات، ان محافلنا الماسونية هي الرباط الذي يصل بين حلقاتنا، نحن ذئاب واللاصهيون قطيع من الغنم فهل تعلمون ماذا تفعل الغنم حينما تنفذ الذئاب إلى حظائرها، انها تغمض عيونها وتستسلم لمصيرها المحتوم.

البروتوكول الثاني عشر:

سنبسط سلطتنا على الصحافة الحزبية ونقودها إلى ما نريد ولن يصل طرف من خبر إلى المجتمع من غير ان يمر على إدارتنا ولن تنشر هذه الوكالات إلا ما نختار نحن التصريح به من الأخبار وسنفرض الرسوم الكبيرة على الكتب القيمة ونضاعف الرسوم على الكتب الصغيرة وبذلك يحجم الكتاب والعلماء عن التأليف بينما سننشر كتباً رخيصة الثمن، توجه عقول العامة في الاتجاهات التي ترغب فيها.

البروتوكول الثالث عشر:

علينا ان نحول أنظار الرأي العام بعيداً عن الحقيقة بمشكلات جديدة وسيسرع المغامرون الأغبياء السياسيون إلى مناقشة المشكلات الجديدة ومثلهم الرعاع الذين لا يفهمون في أيامنا هذه حتى يعمل فيها هذه الكلمة إلى كشوف مادية أو علمية ان التقدم كفكرة زائفة يعمل على تغطية الحقيقة حتى لا يعرفها أحد غيرنا نحن شعب الله المختار الذي اصطفاه ليكون قواماً عليها.

البروتوكول الرابع عشر:

سيفضح فلاسفتنا كل مساوئ الديانات غير اليهودية ولن يجرؤ غيرنا على نقد ديننا اذ انه لن يستطيع أحد ان يعرف هذا الدين معرفة شاملة نافذة الا شعبنا الخاص الذي لن يكشف أسراره، فقد نشرنا في كل الدول الكبرى ذوات الزعامة أدباً مريضاً قذراً يغثي النفوس وستمر فترة قصيرة بعد الاعتراف بحكمنا على تشجيع سيطرة مثل هذا الأدب، كي يشير بوضوح إلى اختلافه عن التعاليم التي ستصدرها من موقفنا المحمود، وسيقوم علماؤنا الذين ربوا لغرض قيادة الأميين بإلقاء خطب ورسم خطوط وتسويد مذكرات متوسلين بذلك للتأثير في عقول الرجال.

البروتوكول الخامس عشر:

سنحاول أن ننشئ ونضاعف خلايا الماسونيين الأحرار في جميع إنحاء العالم إلى ان يأتي الوقت الذي نصل فيه إلى السلطة وسنجذب إليها كل من سيصير أو يكون معروفاً بانه ذو روح اجتماعية، وستكون هذه الخلايا الأماكن الرئيسية التي سنحصل منها على ما نريد من أخبار، كما ستكون أفضل مراكز للدعاية، وسنركز كل هذه الخلايا تحت قيادة واحدة معروفة لنا وحدنا وستتألف هذه القيادة من علمائنا وسيكون لهذه الخلايا.....التأثير الكبير آجلاً أم عاجلا.

البروتوكول السادس عشر:

سنغير الجامعات ونعيد إنشاءها حسب خططنا الخاصة، وسنعيد كتابة التاريخ ونقوم بدراسة مشكلات المستقبل بدلاً من الكلاسيكيات وسنطمس في ذاكرة الإنسان العصور الماضية التي قد تكون شؤماً علينا ولا نترك له إلا الحقائق التي ستظهر أخطاء الحكومات في ألوان قاتمة فاضحة، سنمحو كل انواع التعليم الخاص وسنراقب بالتربية النظامية ما قد بقي من الاستقلال الفكري لدى الآخرين ونستغله استغلالاً تاماً لغايتنا الخاصة، لقد وضعنا خطة للسيطرة على العقول بطريقة التعليم بالبراهين أي التعليم النظري الذي يجعل اللاصهيون غير قادرين على التفكير باستقلال وبذلك سينتظرون كالحيوانات الطيعة برهاناً على كل فكرة قبل ان يتمسكوا بها.

البروتوكول السابع عشر:

لقد اعتنينا عناية عظيمة بالحط من كرامة رجال الدين من اللاصهيون في اعين الناس وبذلك نجحنا في الإضرار برسالتهم التي قد تكون عقبة كأداء في طريقنا وان نفوذ رجال الدين لتضاءل يوماً بعد يوم حيث تسود حرية العقيدة ولن يطول الوقت حتى تنهار المسيحية تماماً وسيبقى ما هو أيسر.

حينما يحين الوقت لنحطم البلاط البابوي فان يداً مجهولة مشيرة إلى الفاتيكان ستعطي إشارة الهجوم وحينما ينقض الناس على الفاتيكان سنظهر نحن كحماه لوقف المذابح، وبهذا سننفذ إلى أعماق قلب هذا البلاط، وحينئذ لن يكون لقوة على وجه الأرض ان تخرجنا منه، حتى نكون قد فرغنا من تدمير السلطة البابوية ان ملك إسرائيل سيصير البابا الحقيقي للكنيسة الدولية.

البروتوكول الثامن عشر:

سنثير اضطرابات بين الشعوب وسنقوم بإظهار السخط ويحدث هذا بمساعدة خطبائنا البلغاء الذين سيجتمع إليهم المعجبون وستقام في هذا المجال فرصة الاتصال بعملائنا ومدهم بالأسرار والمعلومات فيقوم مثيرو الشغب أو المتآمرون بما يحقق مصالحنا.

البروتوكول التاسع عشر:

الاهتمام بالدروس التي تقتلع بذور العصيان والجموح والتمرد بالقضاء على تلك المقالات والموضعات المتصلة بالترف الفكري، حتى تغدو الشعوب وقد تعودت على الطاعة، إننا بهذا سنصلح من شأن الأخلاق التي طال فسادها بين شعوب اللاصهيون، إننا سنعيد بناء الصناعات الصغيرة، وهذا يعني فتح منجم الصناعات ورأس المال الخاص المملوك للأفراد وإعادة بناء هذه الصناعات ضروري لنا.

البروتوكول العشرون:

لقد استفدنا من فساد كبار رجال الإدارة في دول اللاصهيون، وأفدنا من خرق حكامهم وإهمالهم واجبات الحكم، كي نحصل على ضعف أو ثلاثة أمثال أو أربعة أمثال أموالنا التي كنا نقرضها لهم دون أن تكون هناك ضرورة لدولهم باقتراضها من بنوكنا.

البروتوكول الحادي والعشرون:

إن القوة الحقيقية التي سيعتمد عليها ملكنا تعتمد على التوازن الذي يضمن السلام والوئام الذي ينبغي أن يدفع أصحاب رؤوس الأموال بعض أموالهم من أجله

ومن أجل أن تظل الدولة تعمل في أمان للحفاظ على الأمن إن مصروفات الدولة يجب أن يدفعها أولئك الذين ينعمون بالأمن الذي توفره لهم الدولة.

البروتوكول الثاني والعشرون:

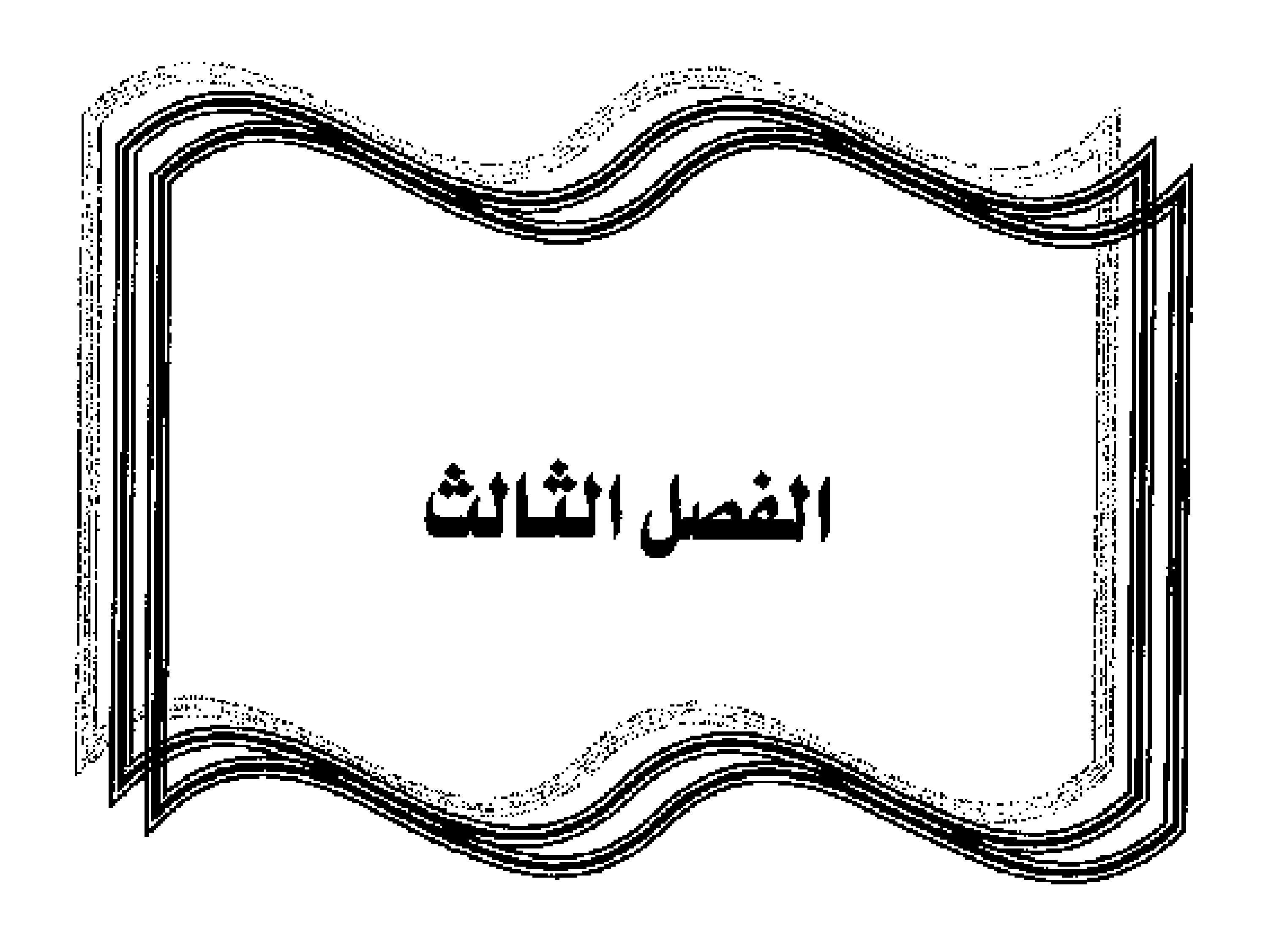
لقد بذلنا أقصى ما في مقدورنا ونجحنا في القضاء على الأسباب الممكنة لثورة اللاصهيون، ولهذا فإننا قد استخدمنا الصحافة والخطاب، وكتب التاريخ التي سبق أن فحصناها بدقة لنمحو منها ما كنّا قد أذعناه بينهم في الماضي أن من يموت في سبيل تحطيم الحكومات الفاسدة شهيد، وقد آن الأوان حتى لا يستغل هذا المفهوم ضد دولتنا.

البروتوكول الثالث والعشرون:

لقد دأبنا نحن اليهود على احتقار رجال الدين من اللاصهيون طوال الزمن الماضي ومن ثم دمرنا وخربنا رسالتهم على وجه الأرض، ويوماً بعد يوم سيقل تأثير رجال الدين بين شعوب اللاصهيون، تحطيم الدين المسيحي تحطيماً تاماً، أما الأديان الأخرى فهي أكثر يسراً وسهولة بالنسبة لنا.

البروتوكول الرابع والعشرون:

لرغبتنا في تحطيم القوى الجماعية لدى اللاصهيون سنعيد بناء أشد القوى الجماعية تأثيراً ألا وهي الجامعات وذلك بإعادة شكل صياغة التعليم وفق خطط مفصلة ليعملوا طبقاً لها دون انحراف.



الفصل الثالث

مفهوم الدعاية أو الإعلام الدعائي الصهيوني

نشأته وتطوره

مفهوم الدعاية الصهيونية:

تعتبر الدعاية الصهيونية من أقوى أنواع الدعايات في العالم بسبب قوة ودقة آليتها واستفادتها من تجارب الأمم المختلفة في فن الدعاية علاوة على ان كل يهودي سفير للكيان الصهيوني لأنه لا توجد وزارة إعلام في الكيان الصهيوني، وتنطلق مرتكزات الدعاية الصهيونية من المحاور التالية:[1]

1) الحق الشرعي في فلسطين ((أرض الميعاد)).
2) فلسطين أرض بلا شعب لشعب بلا أرض.
3) هناك قاعدة مشتركة بين اليهود والنصارى ((الكتاب المقدس)).
4) إسرائيل الدولة الديمقراطية الوحيدة في الشرق الأوسط.
5) إسرائيل دولة صغيرة محاطة بـ 21 دولة عربية.
6) إسرائيل حقيقة واقعة معترف بها من الأمم المتحدة والدول الكبرى.
7) إسرائيل منتصرة دائماً في جميع الحروب مع العرب.
8) اليهود جادون ومتفوقون تكنولوجياً.
9) اليهود محاربون شجعان وقساة.
10) اليهود أذكياء.
11) إسرائيل دولة تحظى بإعجاب الأمريكان.
12) إسرائيل دولة متقدمة جعلت من الصحراء جنة.
13) إسرائيل تنشر السلام.
14) إسرائيل تريد مفاوضات مباشرة.
15) اليهود هم ضحايا الإرهاب العالمي.
16) ترتكز الدعاية الصهيونية على الايدولوجيا الغربية.

1- المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، ص 171.

17) ترتكز ثقافة إسرائيل على القيم الغربية.

18)إسرائيل حامية للمصالح الأمريكية في الشرق الأوسط.

كل ما سبق ذكره عبارة عن هرطقات ومزاعم لجأ إليها الإعلام الدعائي الصهيوني وهذا يستدعي منا التمعن في قراءة الخطاب الصهيوني الدعائي والإعلامي بترو وإمعان.

دور الدين اليهودي:

اليهود هم في الأصل أقلية دينية على مستوى القارات الخمس وتتكون من كثير من السلالات البشرية المعروفة وتعيش ضمن قوميات متعددة لكنها ترتبط مع بعضها البعض برباط ديني، وقد أسهم الدين اليهودي في نظرة اليهود إلى أنفسهم نظرة أسمى في نظرتهم عن باقي أفراد المجتمع الإنساني وفي تقوية الروابط بين اليهود في كل مكان، ومما ألهم اليهود إلى الاهتمام بالديانة اليهودية عمليات الاضطهاد الدينية التي مرت بهم عبر العصور الغابرة والحديثة حيث زادت ولاء اليهود لديانتهم أولاً وللهيئات والمؤسسات ثانياً خاصة وانه بعد زوال دولة العبرانيين لم يكن لليهود دولة يستطيع اليهود ان يعلنوا ولاءهم لها أو يهاجروا إليها اذا ما تعرضوا إلى عملية اضطهاد ولذلك عاش اليهود بعدم الاطمئنان ولذلك اتجهوا لتحقيق هذه الغاية بالسبل الآتية:[1]

الأول: التجمع والتكتيل: فقد لجأ اليهود منذ القدم إلى التجمع في كل مكان وجدوا فيه حيث شكلوا أحياء خاصة أطلقوا عليها "الجيتو" حيث أقاموا مدارسهم الخاصة بهم وأحيوا حفلاتهم الخاصة بهم وقضوا معظم الأوقات مع بعضهم البعض وعملوا معاً في شركات ومؤسسات خاصة بهم كلما أمكنهم

1- الدعاية الصهيونية العالمية، محمد نوري شفيق، ص 15- 16.

ذلك، هذا التجميع أعطى اليهود أملاً بالاطمئنان بوجودهم بعبارة أخرى هذا التجميع أعطى اليهودي أملاً لوجوده بين أفراد يشعرون معه ويفكرون مثله ويهبون لمساعدته إذا ما احتاج إلى مساعدة.

الثاني: العمل التجاري والمالي والمصرفي أو أي عمل آخر يتطلب التصاق اليهودي بالبيئة المحلية والتي لا يأمن على نفسه منها: فالعمل التجاري يدر على اليهود ثروة مادية تحت تصرفه، ويستطيع نقلها بسرعة متى شعر بالخطر إلى أي بيئة أخرى يؤمن فيها على نفسه.

الثالث: فهم نفسية المجتمع الذي يعيش فيه اليهود كأفراد وجماعات: فاليهودي مضطر لفهم نفسية الأفراد والجماعات دارساً ميولهم ورغباتهم وحاجاتهم والعوامل المختلفة التي تؤثر في سلوكهم لينجح في معاملاته المالية وصفقاته التجارية معهم، ومن ناحية أخرى وليستطيع التكييف في معيشته معهم فلا يناله الا أقل ما يمكن من الأذى والاضطهاد وليحاول ان يؤثر في تعديل سلوكهم وتحسين معاملاتهم تجاه اليهودية والأقلية اليهودية التي ينتمي إليها من ناحية أخرى.

وكان اليهودي يساير ويتماشى مع هذه السبل الاجتماعية الفردية بمحاولات سياسية لإيجاد حل للمشكلة اليهودية وان كان الأفراد اليهود لا يزالون يتبعونها لغاية هذه اللحظة، فمنذ القرن الثامن عشر كما أشرنا في الفصل الأول برزت المحاولات الجماعية السياسية وكلما فشلت محاولة برزت الأخرى أي الخطوة **الأولى**: بدأت بالتفكير إلى الهجرة، **وثانياً**: محاولة الاندماج في الوسط الذي يعيشون فيه، وعندما فشلت هذه الخطوة توجه اليهود إلى الاتحاد الذاتي بمعنى ان يقوي اليهود فيما بينهم أواصر الاتحاد والتضامن من خلال مناشدة الحكومات غير السامية بالاعتراف بهم كأقليات وطنية ومنحهم حقوق الأقليات كالحرية الشخصية والأمن إلا ان هذه المحاولات كما سنطلع عليها لاحقاً باءت بالفشل ولذلك توصل اليهود إلى فكرة الرحيل والهجرة الجماعية والعيش في أرض واحدة، وأخيراً تحققت

الفكرة على يد آباء الحركة الصهيونية بالبحث عن وطن يجمع اليهود في أي مكان في العالم وأخيراً أصرّ اليهود الصهاينة قادة الحركة الصهيونية العالمية بان تكون فلسطين هي الخلاص الأبدي وعدم القبول بغيرها وأخيراً خضع مؤسس الحركة الصهيونية ثيودر هيرتزل لقرارات الصهيونية العالمية وانطلقت فكرة الصهيونية على أسس قومية دينية، ومنذ ان تركزت فكرة الصهيونية إلى حيز الوجود انطلقت أهداف الصهيونية على النحو التالي:

1) إنشاء دولة صهيونية في فلسطين بالعمل الإيجابي المنظم وبالدعاية الصهيونية المنظمة في الوقت ذاته.
2) العمل الإيجابي المنظم للحركة الصهيونية في كافة المجالات السياسية والعسكرية والاقتصادية والثقافية.

منطلقات الدعاية الصهيونية:

اهتمت الحركة الصهيونية منذ بداياتها الأولى بالجانب الدعائي واضعة نصب أعينها بان برامجها السياسية مهما بلغت من حنكة وإتقان فهي لا يمكن ان تحقق أهدافها من غير دعم وإسناد العمل الدعائي، ومن هذا المنطلق فانه من خلال النظر إلى الهيكل التنظيمي ولد من رحم المؤتمر الصهيوني الأول للحركة الصهيونية عام 1897 خمس تنظيمات وهيئات أبرزها:

المنظمة الصهيونية العالمية حيث ارتبط بها مركز التوجيه المركزي كما ارتبط قسم الدعاية برئيس المنظمة الصهيونية مباشرة، ولذلك ومع إطلالة القرن التاسع عشر بدأ اهتمام المنظمة الصهيونية بالعمل الدعائي.

فالمشروع الصهيوني تبلورت ملامحه الذاتية والوظيفية في إطار التوجيهات والسياسات الامبريالية والوظيفية الكولونية في الوطن العربي، فالصراع على المنطقة العربية هو صراع صهيوني امبريالي في مواجهة القومية العربية والإسلام حيث ان المشروع الصهيوني تحددت وظيفته في خدمة الأهداف الامبريالية الغربية عامة

وخاصة من خلال فرض التجزئة والتخلف والتبعية للسيطرة على مقدرات الأمة العربية ونهب خيراتها وثرواتها، والحيلولة دون قيام نهضتها وتحررها والأهم من ذلك إخراج اليهود من رحم الغرب وزرعهم في رحم الوطن العربي لتكون فلسطين نقطة انطلاق الامبريالية الغربية المتوحشة.

فمنذ ولادة الحركة الصهيونية وفكرتها بعد عقد مؤتمر بازل عام 1897 فقد تمكنت الدعاية الصهيونية ان تخاطب اليهود في جميع إنحاء العالم حسب مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية وحسب توجهاتهم العقائدية والفكرية لشد انتباههم وتشجعهم للهجرة إلى فلسطين لتكون الوطن القومي للشعب اليهودي حيث ان الدول الأوربية وجدت الفرصة سانحة للخلاص من وجود اليهود فيها، ولذلك رحبت بالفكرة حيث بدأت أول بوادر تنفيذ هذا الموقف حيث انطلقت أول قوافل الحشود الاستعمارية لغزو المنطقة لتنفيذ ولادة الدولة اليهودية في فلسطين من فرنسا على يد نابليون بونابرت حيث سعى نابليون إلى تهجير أول دفعة من اليهود الفرنسيين إلى فلسطين.

ويعتبر نابليون أول من استعمل الدعاية لإيقاظ الوعي الأسطوري لدى اليهود في حقهم في فلسطين حيث وصل إلى أسوار عكا بعد ان احتل القاهرة، وهذا المؤشر الأول على احتضان الامبريالية الغربية للمشروع الصهيوني لخلق قاعدة أمامية للغرب في المنطقة العربية والخلاص من اليهود في أوربا.

ولذلك فقد جاءت الأهداف الإستراتيجية الفرنسية لحملة نابليون لتحقيق الأهداف التالية:

1) الحد من الهجرة اليهودية إلى غرب أوروبا.
2) إنشاء دولة يهودية بزعامة الامبريالية الفرنسية في فلسطين لتكون نقطة انطلاق لتنفيذ إستراتيجيات الامبريالية.

وبالرغم من فشل الحملة الفرنسية على المنطقة بسبب هزيمة الجيش الفرنسي أمام أسوار عكا فقد بقيت الفكرة تراوح أحلام نابليون، فعندما تم تتويجه إمبراطوراً دعا إلى عقد مجمع يهودي عام 1807 رغبة في حث اليهود للعودة إلى أرض الميعاد في فلسطين وإلى تعليم التقاليد العسكرية والتدريب على القتال لكي يتمكنوا من أداء واجبهم المقدس الذي يحتاج دينهم إليه على حد زعمهم، وفي عام 1860 أصدرت فرنسا نشرة تحت عنوان المسألة الشرقية الجديدة أظهرت فيها المكاسب التي ستعود على أوروبا اذا استقر اليهود في فلسطين وتأسس في نفس العام تحت تأثير الدعاية " الاتحاد الإسرائيلي العام " في فرنسا وهو الاتحاد الذي أنشأ مدرسة "مكفة" إسرائيل الزراعية قرب يافا عام 1870.

ثم واصلت بريطانيا تكملة دعم المشروع الصهيوني وتبنته إلى ان قام الكيان الصهيوني عام 1948 حيث انطلقت أهداف السياسة الخارجية البريطانية بما يلي:[1]

1) إخراج محمد علي من بلاد الشام بفرض فك ضلعي الزاوية المصرية وحصره داخل الحدود المصرية.
2) قبول وجهة النظر الرامية إلى فتح فلسطين للهجرة اليهودية وتشجيع إنشاء شبكة من المستعمرات الاستيطانية لتكون عازلاً يحجز سوريا عن مصر ويمنع لقائهما في الزاوية الإستراتيجية الحاكمة.

وسائل الدعاية الصهيونية وأساليبها:

ان الإعلام الدعائي الصهيوني يعتبر من الناحية المادية البحتة شريكاً بحق النصف على الأقل في سائر الوسائل الإعلامية الدولية وأول ما يلفت النظر في

1- الإعلام الصهيوني وأساليبه الدعائية، د. محمد علي حوات، مكتبة مدبولي، 2005، ص 12- 13.

الإعلام الصهيوني انه يعتمد ككل إعلام على وسائل ظاهرة ووسائل مستترة، فالوسائل الظاهرة هي:

1) ملكية الوسائل الإعلامية.
2) السيطرة على القوى البشرية في الكثير من أجهزة الإعلام الغربي.
3) السيطرة على الكثير من مصادر تمويل أجهزة الإعلام وأهمها الإعلانات.

أما الوسائل المستترة في الإعلام الدعائي الصهيوني فتمثل في الاحتكارات الكلية أو الجزئية وخاصة في عدد من الصناعات التالية:

1) المواد الخام للأفلام السينمائية والتلفزيونية.
2) صناعة الورق والأحبار التي تستخدم في الطباعة بشكل عام وفي طباعة الصحف بشكل خاص.
3) صناعة وهندسة آلات الطباعة.

فخلال استعراضنا نشأة وسائل الإعلام الدعائي الصهيونية في المشهد الإعلامي الدولي، وفي هذا الصدد اعتبر رئيس تحرير صحيفة النيويورك تاميز "جيمس ستون" ان الدعاية الصهيونية تسبق الأحداث والدعاية العربية تلهث وراءها، كما وتوافق مع "رستون" مقولة أطلقها دبلوماسي هولندي حيث أكد ان الدعاية الصهيونية مثل أوركسترا متفاهمة، بينما يعزف العرب على ليلاه نغمة فردية مختلفة تشوش على النغمات الفردية العربية حتى لا يجمعها قائد واحد.[1]

كما وأشرنا في الصفحات السابقة وأكدنا ان الصهيونية وعت أهمية الدعاية منذ قيام الحركة الصهيونية وإلى ما بعد قيام الكيان الصهيوني، وهذا الوعي تجسد لدى الكتاب والمفكرين وأبرزهم "ويلز" في كتابه تاريخ العالم بقوله " ان الدعاية الصهيونية ما هي إلا سطور قليلة متناثرة في كتاب حضارة الشرق الأوسط الضخم الذي سطره العرب.

1- الإعلام الإسرائيلي ومواجهته، تقي الدين، ص 127.

أساليب الإعلام الدعائي الصهيوني:

جاءت أساليب الدعاية الصهيونية من خلال المرحلتين التاليتين:

أولاً: الأساليب القديمة أو الكلاسيكية: وهذه الأساليب انطلقت من الايديولوجيا الصهيونية والمتمثلة من مجموعة أسفار العهد القديم وأسفار التلمود وتعتبر المجموعتان أهم المصادر الإعلامية لليهود، بعبارة أخرى يمكننا القول ان الإعلام الدعائي اليهودي انطلق من بوابة الدين اليهودي أي ان الإعلام الدعائي اليهودي بدأ إعلاماً دينياً.[1]

فالمصادر التاريخية تشير إلى ان النسخة الأصلية للكتاب المقدس عن اليهود وهو التوراة، قد اختفت من هيكل سليمان عندما احرق هذا الهيكل وهدم قديماً وخلال مرحلة لاحقة أي بعد سبعة قرون كتب أحبار اليهود من جديد في ظروف سياسية اتسمت بشدة الخلافات بين الفرق اليهودية ذاتها وبين الآخرين وهو ما انعكس على ما كتبوه منسوباً إلى التوراة الأصلية حيث قسم الأحبار أسفارهم إلى تسعة وثلاثين سفراً أطلق على هذه الأسفار العهد القديم للتفرقة ما بينها وبين ما اعتمده المسيحيون في أسفارهم "العهد الجديد" واعتبرت الأسفار التسعة وثلاثين مقدسة أي موحى بها مع ان هذه الإسفار من صنع أحبار اليهود وليس من نسخ التوراة الأصلية التي نزلت على موسى عليه السلام.

أما أسفار التلمود "العهد الجديد" فتتكون من 63 سفراً ألفها أحبار اليهود وفقهاؤهم المقسمين إلى فرق وأهمها فرقة الفريسيين وأكثرها عدداً وترجع أهميتها انها تعترف بجميع أسفار العهد القديم والأحاديث الشفوية المنسوبة إلى موسى عليه السلام وأسفار التلمود، كما أن فقهاءهم هم الذين ألفوا أسفار التلمود، كما انها تؤمن بالبعث فتعتقد ان الصالحين من الأموات ينتشرون في هذه الأرض ليشتركوا مع ملك المسيح المنتظر الذي يزعمون انه سيظهر لينقذ الناس ويدخلهم في ديانة موسى عليه السلام.

هذا وقد اعتمدت الدعاية الصهيونية على قصص التوراة وأسفار التلمود حيث ان هذه الأسفار مليئة بالأساطير والخداع والكذب.[2]

1- الإعلام الصهيوني وأساليبه، د. محمد حوات، ص 19- 20.

2- مرجع سابق، ص 21- 29.

ان الدعاية الصهيونية واليهودية والإسرائيلية تحاول إقناع العالم بان الكتاب المقدس الموجود حالياً هو كتاب موحى به من الله حيث يعتبر هذا المصدر الكتاب الإعلامي الأول للحركة الصهيونية العالمية ويتبعه التلمود وهو الكتاب الذي يثبت قومية اليهود وبذلك فان ايديولوجيا الدعاية الصهيونية القديمة انطلقت من هذين المرجعين ولحقتها الدعاية الحديثة كما سنرى لاحقاً باعتبار ان الفكر اليهودي الصهيوني ينطلق مما يلي:

1) ان لليهود ديناً وقومية.
2) ان اليهود هم شعب الله المختار كما يزعمون.
3) العودة إلى أرض الميعاد والمقصود بها الانطلاق إلى سائر الأجواء العالمية.
4) ان ثأر اليهود من غيرهم فضيلة.
5) ان المفاهيم الخلقية المقررة عند غير اليهود ليست من المفاهيم الصحيحة للأخلاق التي يتبعها اليهود.
6) ان الإعلام الصهيوني الدعائي القديم انطلق من خلال هذه المحاور السابقة ليكون إعلاماً موجهاً أولاً لليهود ولاحقاً وبعد مرور خمسة قرون تم توجيهه للآخرين "المسيحيين" وقد اتى الله حيث ظهرت حركة الإصلاح الديني " حركة مارتن لوثر" وأسفرت عن شق الدين المسيحي حيث برز المذهب البروتستانتي.

وهذا أول انتصار تحققه الدعاية الصهيونية الكلاسيكية عندما أخذت بكل مظاهر التأييد لحركة مارتن لوثر حيث اطمأن البروتستانت إلى هذا التأييد اليهودي، وهذا الاطمئنان البروتستانتي مكن الإعلام الصهيوني القديم من نشر أساطيره في هذه الحركة وتمكن الإعلام ان يخلق أجواء مناسبة للتعايش بين الفكر الصهيوني وجوانب الفكر المسيحي عند بعض الطوائف الغربية ، وهذا التعايش استغلته الصهيونية في إعلامها الديني على نطاق واسع ، وبذلك يكون الإعلام الصهيوني قد بدأ بداية دينية ، ويكون بذلك قد انطلق من خلال اتجاهين:[1]

الأول: إعلام سري موجه لليهود.

الثاني: إعلام علني موجه للمسيحيين.

1- لمزيد من الاطلاع انظر الإعلام الصهيوني وأساليبه الدعائية، الحوات، ص 31- 39.

من خلال ما سبق نتوصل بالقول ان أساليب الدعاية الصهيونية الكلاسيكية انطلقت من خلال الآتي:

(1) **التحريف:** حيث قام اليهود بتحريف وتأليف أسفار القسم الأول الخمسة التي ينسبها اليهود إلى موسى عليه السلام ويعتقدون أنها وحي موحى بها من عند الله، وأبرز ما حرفه اليهود وبرز خلال الدعاية الصهيونية القديمة ما يلي:

أ- ان الذات العلية تبدو في أسفار توراتهم المزعومة وخاصة في سفر التكوين، وفي بعض أسفار التلمود في صورة مجسمة متصفة بكثير من صفات الحوادث والنقص، وغير مختلفة اختلافاً كبيراً عن الخلق في طبيعتها ومسالكها.

ب- ان بعض ما يذكره القرآن الكريم لنا انهم رسل أو أنبياء تذكرهم أسفار اليهود انهم مجرد آباء قدامى كنوح وإبراهيم وإسحاق ويعقوب، أو على أنهم مجرد ملوك كداوود وسليمان، ومع ذلك تجيز اتصال الله بهؤلاء وأولئك بطريق مباشر واتصالهم به.

ج- ان أسفارهم تنسب لبعض من تسميهم آباء لبني إسرائيل أو ملوكاً لدولهم أعمالاً قبيحة تتنافى مع وضعهم الديني والاجتماعي بل وتتعارض مع الخلق الكريم الذاتي.[1]

(2) **التزوير:** فقد قام اليهود والدعاية الصهيونية بأعظم عملية تزوير وتحريف في العقيدة حيث تم استخدام الأسطورة الدينية وخاصة أسطورة أرض الميعاد حيث أباحت لليهود قتل وحرق الأمم الأخرى.

ثانياً- الأساليب الحديثة: الحقيقة أن الأساليب الحديثة التي استخدمتها الصهيونية في إعلامها ليس قليلاً بل شمل عدة مجالات واتجاهات، وأبرزها كما يرى الدكتور محمد حوات[2] هو امتلاكها لمؤسسات الإعلام الدولية وكان الهدف منها، هو تعبئة العواطف، ودب حالة من عدم الثقافة والتشكيل في معتقدات من هو غير يهودي.

1- المزيد من الاطلاع ، مرجع سابق، ص 19- 29.

2- الإعلام الصهيوني وأساليبه الدعائية، محمد الحوات، ص 39.

الخطاب الدعائي الصهيوني لمن؟

وجهت الحركة الصهيونية وماكنتها الإعلامية والدعائية خطابها صوب الفئات التالية:[1]

أولاً: المجتمع اليهودي: سعت الماكنة الدعائية إلى مخاطبة اليهود كأقلية في كل مكان يحقق أهدافاً مباشرة يؤدي تحقيقها إلى خدمة الهدف الأساسي وكذلك قامت بالآتي:

1) نشر الفكرة الصهيونية بين اليهود وأنفسهم ليزداد عدد المؤمنين بها ويصبح كل يهودي صهيوني اذا أمكن أو على أقل تقدير ليشعر بالعطف على الصهيونية من لا يرغب بالإيمان بها من اليهود، وبالتالي لا يعمل ضدها.

2) العمل على هجرة أكبر عدد من اليهود وخاصة الصهاينة إلى فلسطين وقد استغلت الماكنة الصهيونية الاضطهاد الذي لحق باليهود في بعض دول أوروبا وخاصة أبان حكم النازية، كما واستغل اليهود الصهاينة كل حركة عدائية ظهرت ضد اليهود حديثاً لتشجيع الهجرة إلى فلسطين وخاصة بعد إنشاء دولتهم في فلسطين.

3) الحصول على التبرعات من اليهود الصهيونيين الذين يسكنون بلاداً تقبلهم كبقية المواطنين كالولايات المتحدة الأمريكية وباقي الدول في أمريكا الشمالية والجنوبية وبعض دول غرب أوروبا.

4) الحصول على التأييد المعنوي من أكبر عدد ممكن من اليهود في العالم وخاصة الذين تؤهلهم مراكزهم السياسة وقوة شخصياتهم وتكتلاتهم الجماعية في أن يكون لتأييدهم قوة معنوية مفيدة للحركة الصهيونية ويستعين الصهاينة بكل هؤلاء للضغط أدبياً ومادياً على حكومات البلاد التي يقطنونها لتؤيد الحركة الصهيونية ولتغير في سياستها إلى ما فيه مصلحة إسرائيل في الوقت الحاضر.

1- الدعاية الصهيونية المنظمة، محمد نوري شفيق، ص 20- 27.

ثانيا: الدعاية الصهيونية في المجتمع العربي: لقد حرصت الحركة الصهيونية منذ البداية على الاهتمام بعدوها الأول الذي سيعمل على عرقلة تحقيق أهدافها ومحاولة القضاء عليها ما وسعه إلى ذلك سبيلاً، وكان هذا العدو الأول ولا يزال هو الأمة العربية القاطنة في الوطن العربي، وقد اتجهت الصهيونية قبل إنشاء دولة إسرائيل في دعايتها الموجهة باتجاهين.[1]

1) محاولة تطمين عرب فلسطين خاصة لان عرب البلاد العربية الأخرى لم ينتبهوا إلى خطورة الصهيونية ما عدا عرب سوريا إلى حد ما بان ليس هناك من خطر عليهم من الصهيونية أو من الهجرة اليهودية إلى فلسطين زاعمين أن هذه الهجرة فيها بعض الفائدة في إنعاش الحالة الاقتصادية في فلسطين ذلك الإنعاش الذي سوف يشمل حالة العرب الاقتصادية ويؤدي إلى رفع مستوى معيشتهم، كما الصهاينة بمحاولات لاستمالة العرب وخاصة بعض الشخصيات منهم محاولين عقد بعض الصداقات الشخصية عن طريق العلاقات الفردية لإضعاف روح الكراهية والحقد عند أكبر عدد ممكن منهم.

2) الاتجاه إلى سياسة فرق تسد: اذ حاولت ان تفسد وتوقع بين المسلمين والمسيحيين العرب من جهة والقبائل والعائلات العربية من ناحية ثانية حتى تبقى الجبهة الداخلية العربية مفككة وضعيفة وغير موجودة في اعمالها وكفاحها ضد الصهيونية.

ومن هنا فقد اعتمدت الدعاية الصهيونية في المنطقة العربية على عدة مراحل أهمها:[2]

1. **أثناء الحرب العربية الحرب العربية الصهيونية في فلسطين:** فقد لجأت الحركة الصهيونية إلى استخدام الحرب السيكولوجية ضد السكان العرب فقد قامت عصابة "شيترين، وارغون تسامي ليومي" بترويع العرب عن

1- مرجع سابق، ص 27- 28.

2- مرجع سابق، ص 28- 30.

طريق شن حملات منظمة على القرى الزراعية العربية وإكراههم بالتخلي عنها لليهود، والواقع ان هذه الخطة نفذت بحماسة شديدة.

واقترنت بأعظم نجاح فقي منتصف نيسان عام 1948 كان نصف مليون عربي ممن نجوا من المذابح المتعاقبة يفرون بأنفسهم مروعين مذعورين إلى شرق الأردن وسوريا ولبنان لانه كان على اليهود ان يذبحوا سكان بضع قرى ثم تتوالى الدعاية الصهيونية عن طريق الإذاعة حيث كان يتباهى الراديو الصهيوني بتدمير القرى العربية وذبح سكانها ذبحاً جماعياً ثم يحذر العرب قائلاً "ان عليهم ان يدركوا حين يرون دبابات إسرائيل وهي في الطريق إليهم بان المصير ينتظر قريتهم".

2. **بعد قيام الكيان الصهيوني:** نظمت الدعاية الصهيونية برامج فرضت على الطلبة العرب أثناء الدراسة اللغة العبرية والتاريخ اليهودي وكل من شأنه تثقيف الجيل العربي الجديد بالثقافة الصهيونية، كما اتجهت إلى استمالة الكبار من العرب فيها عن طريق القيام ببعض الإصلاحات في القرى والمناطق العربية كإنشاء المجالس المحلية وتشجيع قيام الجمعيات التعاونية وتمثليهم بالبرلمان الإسرائيلي بعدد محدود جداً، والإعلان المتواصل عن كل هذه الإصلاحات من حين لآخر في محطة الإذاعة الإسرائيلية وفي الصحف العربية، كما واستغلت الدعاية الصهيونية عواطف السكان الدينية فعملت على نقل شعائر صلاة الجمعة للمسلمين وصلاة وشعائر الصلاة للمسيحيين عبر أثير الإذاعة الإسرائيلية كما واستمرت في سياسة فرق تسد بالنسبة للعرب حيث نجد ان الخطاب الدعائي الصهيوني ارتكز على تعزيز الطائفية وخاصة ما بين المسلمين والمسيحيين والمسلمين والدروز والسنة والشيعة والروم والكاثوليك لتبقى الجبهة الداخلية قابلة للانقسام والاضطراب.

ومن جهة أخرى فقد عززت الدعاية الصهيونية جذور الخلاف العربي وتأزيم العلاقات العربية العربية من جهة وبين السكان العرب وحكوماتهم وذلك عن طريق

الدس الدعائي واختلاق الأخبار والتي تنتشر في وسائل الإعلام وخاصة الصحافة إما عن طريق تحريف الأخبار وتزويرها، كما وسعت الماكنة الدعائية الصهيونية إلى استمالة العرب من خلال نشر بعض الأخبار والمقالات التي تنشرها الصحافة العربية وخاصة التي تميل إلى نشر ما يسمى بثقافة السلام.

ثالثاً: الدعاية الصهيونية في المجتمع العالمي: في البداية أشرنا إلى الطرق التي لجأت إليها الصهيونية قبل إنشاء الكيان الصهيوني إلى السيطرة على وسائل الإعلام العالمية، فقد سعت الماكنة الإعلامية الصهيونية قبل إنشاء الكيان الصهيوني إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها إقناع سكان الدول التي تلعب في المسرح الدولي بأن لليهود حقوقاً تاريخية ودينية في فلسطين إضافة إلى الحقوق السياسية التي جاءت بعد صدور قرار وعد بلفور الذي جاء بمبادرة بريطانية حيث تم تمريره عبر بوابة عصبة الأمم المتحدة والذي بموجبه أعطى شرعية سياسية لإسرائيل حيث تمكنت الدعاية الصهيونية من استغلال هذا القرار وقلب الحقائق على الأرض بان السكان العرب الذين يسكنون فلسطين هم محتلون وغزاة وشأنهم شأن الأمم الأخرى التي حكمت فلسطين فترة من الزمن كالفرس والرومان والبيزنطيين والعثمانيين والانجليز، وبعد ان أعلن قيام هذا الكيان المصطنع فان الدعاية الصهيونية بان إسرائيل هي الواحة الوحيدة في منطقة الشرق الأوسط التي تنعم بالديمقراطية والحرية و لسلام وانها تريد وتسعى جاهدة لإبرام معاهدات سلام وصلح مع الدول العربية بتحقيق ثقافة الحرب والقتل وتنمية اقتصاديات المنطقة برمتها.

ان البداية الأولى للدعاية الصهيونية الموجهة إلى مختلف المجتمعات الغربية في بداية إنشاء الحركة الصهيونية جاءت لتحقيق الأهداف التالية:[1]

1. التخلص من ما ورثه اليهود من صورة سيئة وخاصة في أوروبا.

1- الدعاية والإرهاب، د. الدليمي، ص 125.

2. تشكيك الآخرين بمعتقداتهم سواء أكانت هذه المعتقدات قديمة أو حديثة يهدف خلق أجواء من التفكك العالمي الذي يساعد الحركة الصهيونية على تحقيق أغراضها.
3. محاولة تعبئة عواطف الآخرين لتقبل تلك الأغراض بشتى الطرقة.

مميزات الخطاب الدعائي الصهيوني:

تبلورت أساليب ووسائل تنفيذ أهداف الحركة الصهيونية بشكل واضح بعد ان صدرت مقررات المؤتمر الصهيوني الأول حيث احتل العمل الدعائي والإعلامي المركز الأولى ليس حباً بهذا العمل بل لتحقيق أهداف المجتمعات والمؤسسات الغربية فقد تميز العمل الدعائي الإعلامي الصهيوني بما يلي:[1]

1) لقد انصب العمل الدعائي الصهيوني بالدرجة الأولى على مراكز صنع القرار في المجتمعات الأوروبية أي ان الدعاية كانت موجهة إلى القيادات الأوروبية وليس إلى القاعدة الجماهيرية بهدف خلق حالة التأييد والإسناد للمساعي الصهيونية، فقد اعتمدت الحركة الصهيونية على أسلوب أو صيغة مهما بلغت وضاعتها للوصول إلى أهدافها كاستغلال النساء الجميلات، إلى الإغراق بالأموال الطائلة، إلى أسلوب التوريط أي ان أسلوبها كان حافلاً بالعلاقات العامة السيئة أكثر مما كان اتصالاً فكرياً.
2) ان الدعاية الصهيونية لم تهتم بموضوع تشويه الطابع القومي العربي لأنها لا تريد ذلك ولكن لظروف وطبيعة خصائص التحرك الدعائي للحركة الصهيونية في تلك الفترة، وفي هذا الصدد فقد جاء البند الثالث من مقررات المؤتمر الصهيوني الأول الذي أكد على أهمية العمل الدعائي في تنفيذ أهداف الحركة الصهيونية من خلال عملية التثقيف ونشر الوعي بين اليهود في العالم لتوحيد جهودهم وإمكانياتهم لإيجاد وطن قومي لهم في فلسطين.

1- مرجع سابق، ص 125- 126.

الجوانب التي استغلتها الدعاية الصهيونية:

لقد سعت الحركة الصهيونية وبتخطيط إعلامي منظم ومبرمج إلى إنشاء العديد من المنظمات والواجهات بتسميات مختلفة من أجل نشر أفكار الصهيونية العالمية والحصول على دعم دولي لأهدافها، وأبرز الجوانب التي ركزت عليها الماكنة الدعائية الصهيونية ما يلي:[1]

أولاً: خلود العداء للسامية: لقد ركزت الدعاية الصهيونية على قضية السامية والعداء لها من خلال طرح مفاهيم خاطئة ومزيفة خاصة ما يتعلق بنشاط الحركة الصهيونية حيث أدعت إلى ان نشأة الحركة الصهيونية كان نتيجة طبيعة للتعصب الموجود ضد السامية ولهذا فان الأسلوب الوحيد لحل مشاكل اليهود لا يتم إلا من خلال هذه الحركة، وبفضل هذا العداء بقيت الأمة اليهودية موجودة كما يشير بذلك زعماء الحركة الصهيونية وفي مقدمتهم ثيودور هيرتزل وإضافة لهذه الطروحات فقط تركز نشاط الدعاية الصهيونية على أبقاء اليهود في ذلة من شعوبهم الأصلية من خلال طرح بعض المفاهيم التي تؤكد على خاصية الشعب اليهودي ودوره وضرورة تكوين كيان صهيوني يعكس قدرات وإمكانيات هذا الشعب، ولهذا فان من أبرز المسائل التي كان يركز عليها في الدعاية الصهيونية هو منع اندماج اليهود في مجتمعاتهم كمرحلة أولى تعقبها الهجرة إلى فلسطين.

ومن جهة أخرى فقد سعت الصهيونية إلى استغلال ما يسمى الاضطهاد والعداء الأبدي للسامية والعمل على ترويجها بشتى الوسائل وخاصة ما جرى من أحداث أثناء الحرب العالمية الثانية من مزاعم لاضطهاد اليهود على يد النازية، وقد

1- مرجع سابق، ص 126.

أظهرت الدعاية الصهيونية أن مرد ذلك يعود إلى فكرة قديمة هي أبدية العداء للسامية التي صنفت اليهود إلى نوعين:[1]

1) نوع ديني لانهم يهود.

2) نوع عرقي لانهم ساميون.

وقد استغلت الماكنة الدعائية الصهيونية قضية اللاسامية أو معاداة السامية وخاصة وان معظم وسائل الإعلام الدولي تقع ضمن سيطرة الحركة الصهيونية ولذلك فقد نجح الصهاينة في تعبئة وسائل الإعلام والدعاية الصهيونية المضللة في استخدام وتوجيه الإعلام الدعائي الغربي وخاصة الأمريكي بذكاء نفاذ مدعم بالحجج الواهية وبالبراهين العلمية والتاريخية المزيفة والمزورة بالدس والتلفيق والأكاذيب، وفي جعل الكثير من شعوب العالم يطلق اسم الساميين على اليهود وحدهم دون غيرهم من شعوب الأرض، في حين ان السامية أو العرق السامي جاء نسبة إلى سام أحد أبناء نوح وهو الذي انحدر منه اليهود حيث يضم شعوباً أخرى منها العرب والآراميين والعبرانيين وغيرهم، وبهذه الإجادة الذكية في تعبئة واستخدام وسائل الدعاية والإعلام المعادي فقد تمكنوا من اغتصاب فلسطين وان يتقبل الرأي العام الغربي وخاصة الأمريكي إدعائهم بان الاضطهاد المزعوم الذي لقيه اليهود ويلقاه في أوروبا وخاصة في ألمانيا وروسيا وبعض الأجزاء من المعمورة إنما حل بهم بسبب انتسابهم للسامية أو لأنهم ساميون مما آثار العطف العالمي وخاصة في دول أوروبا وأمريكا على مجمل قضاياهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية، ومن هنا فقد استغلت الدعاية الصهيونية هذا العطف لمناوأة ومحاربة خصومهم وخاصة العرب منهم،واستثمار منافعه السياسية والاجتماعية والاقتصادية لصالح إقامة الكيان الصهيوني وتثبيت إركانه على الأرض العربية المقدسة.[2]

1- الإعلام الإسرائيلي ومواجهته، ص 128.

2- الإعلام العربي واقعة وإبعاده ومستقبله، خالد الشيخلي، ص 72- 73.

ان الإدعاء بالعداء الأزلي لليهود أصحاب قميص السامية في كل مكان وزمان كان أصلاً مضللاً بناه حكماء صهيون وعلى رأسهم رئيس الحركة الصهيونية "هرتزل" لمآرب كثيرة ومن ثمّ تجلت أبشع مظاهر في أوائل القرن التاسع عشر وكانت أهم هذه الغايات ما يلي: [1]

1) التمهيد لاغتصاب فلسطين وإقامة دولة صهيون على الأرض العربية المقدسة وتوسيع الاغتصاب والاحتلال مستقبلاً في مراحل متعاقبة من الزمن، اذ لولا الإدعاء بالعداء للسامية واضطهاد اليهود وترسيخ هذا المفهوم الخاطئ لدى الرأي العام العالمي لما نجحت حركة المستوطنين الصهاينة في اغتصاب فلسطين وإقامة الكيان الصهيوني.
2) إسناد تهمة اضطهاد اليهود الساميين إلى الشعب العربي السامي لتدعيم فكرة إقامة الدولة الصهيونية على أرض فلسطين يليهم بقية الشعوب الأخرى وخاصة الشعب الألماني في عهد النازية وذلك لكسب عطف الدول الأوروبية نحوهم وتعويضاً لهم عما فقدوه من مال وبنين.
3) غرس روح العداء والتربص والتوجس والحقد والغرور والأنانية في نفس الإنسان اليهودي على اعتبار ان الإنسان الغير يهودي يحمل أجندة تقوم على الكره بكل إشكالية وألوانه وهذه فعلاً هي نظرة عنصرية بحتة لا يحملها العرب بتاتاً وهذه هي العنصرية عند الصهاينة بأبشع مظاهرها وأشكالها.
4) جعل جميع اليهود بالعالم يتمسكون بالعقيدة الصهيونية المزعومة "شعب الله المختار" أي ان اليهود هم وحدهم شعب الله المختار واستثناء الشعوب السامية الأخرى وغير السامية من هذه التسمية وانهم بموجب هذا الاختيار الإلهي يكون بذلك لهم الحق في الاستعلاء والتفوق والبطش والفتك وهم أيضاً بهذا الاختيار يكونوا سادة الأرض دون غيرهم من الشعوب وان كل الناس والمخلوقات ما هم إلا سخرة وعبيد لبني يهود والحقيقة التي لابد من

1- مرجع سابق، ص 73- 75.

التأكيد عليها ان مسببات السامية كظاهرة تاريخية ترجع إلى طبيعة التفكير العنصري الذي كان يغذيه قادة الحركة الصهيونية ومفكرو الصهيونية لأوساط الجماهير اليهودية بمقولات التفوق والنقاء والاختيار الإلهي والانتقاص من الشعوب الأخرى، وهي ما يترتب عليها نمط من السلوك الاستعلائي ألاحتقاري للبشرية، والقول بإباحة الحق اليهودي بسرقة وابتزاز الشعوب الأخرى.[1]

ثانياً: العلاقة المقدسة ما بين اليهود والتوراة: لقد ركزت الدعاية الصهيونية على ان اليهود هم قومية، وان هذه القومية اليهودية لها أهدافها نزلت عن طريق التعاليم السماوية وهم شعب الله المختار فقد وعدهم الرب في التوراة بأرض فلسطين، ولهذا فان عليهم طاعة الرب واحترام التعاليم اليهودية، وان لهم حقاً تاريخياً مسلوباً في فلسطين ومن خلال ذلك استطاعت الحركة الصهيونية ان تحول الدين اليهودي إلى حركة سياسية.[2]

ثالثاً: ضرورة العودة إلى الوطن أو أرض الميعاد: ترتكز هذه الفكرة على قيام وطن قومي يهودي يشكل ملجأ لليهود ويؤمن لهم الحماية والاستمرارية، وهذا الوطن بحسب الصهاينة هو أرض الميعاد أي إسرائيل وعاصمتها أورشليم.[3]

رابعاً: التأكيد على وجود حضارة عبرية مميزة لها أفضال على العالم وحضارية: ان هذا الهدف هو أعطاء شرعية أزلية بان الشعب اليهودي سيبقى بإرادة الله التي لا يستطيع أحد تغييرها، ويعتبر هذا الطرح من العناصر التي تؤكد مذهبية وطائفيه الدعاية الصهيونية.[4]

خامساً: تغيير صورة اليهود في العالم: لقد كانت أغلب الشعوب الأوروبية تنظر إلى اليهود نظرة فيها شيء من عدم الاحترام بسبب طبيعة اليهود وانغلاقهم

1- لمزيد من الاطلاع انظر مرجع سابق، ص 75- 76.

2- الإرهاب والدعاية، الدليمي، ص 127.

3- الإعلام الإسرائيلي ومواجهته، تقي الدين تقي محمد عطوي، ص 128.

4- مرجع سابق، ص 129.

وانعزالهم وسلوكهم الذي لا يعبر عن الولاء المطلق لأوطانهم وقد شعر قادة الحركة الصهيونية أمام هذه الصورة بأنهم سيفشلون ما لم يعملوا على تغيير هذه الصورة البشعة لليهود، ولهذا سعت الدعاية الصهيونية العالمية على مواجهة ومعالجة هذا الجانب من خلال ما يلي:[1]

1) نسج الروايات والقصص التي تبرئ ساحة اليهود من قتل نبي الله عيسى عليه السلام.
2) تنشيط دور الجمعيات والمنظمات والمؤسسات التي تعمل في دائرة النشاط الصهيوني بقصد التحرك لتوثيق العلاقات مع الشعوب الأخرى والتأثير عليها عن طريق إنشاء جمعيات الصداقة.
3) شن الحملات الدعائية وتلفيق الأخبار والمعلومات والقصص عن مجازر دموية نازية ضد اليهود بقصد تحريك الجوانب الإنسانية لتأييد اليهود وهم الشعب المغلوب على أمره.
4) بدأت الدعاية الصهيونية تتحدث عن شعب بلا وطن ووطن بلا شعب.

وهنا يتبادر طرح السؤال التالي:

ما سّر نجاح الدعاية الصهيونية في المجتمعات الغربية عامة والأمريكية خاصة؟

قبل الإجابة على هذا التساؤل لابد من التأكيد أولاً إلى أن أبرز أهداف الصهيونية العالمية وماكنتها الدعائية قبل إنشاء الكيان المصطنع هو محاربة اندماج اليهود مع مجتمعاتهم في الخارج ولذلك فقد سعت الصهيونية في سبيل ذلك القيام بالمهام التالية والتي سبق ان أشرنا إليها وهي:

1) استمرار تدفق المهاجرين اليهود إلى فلسطين.
2) ضمان ولاء اليهود وخاصة يهود الشتات واستمرار دعمهم المادي مقابل هجرتهم إلى فلسطين.
3) كسب الأنصار من اليهود الموالين وغير الموالين لهم.
4) التركيز على كسب عطف مراكز صنع القرار في أوروبا وأمريكا.

1- الإرهاب والدعاية، الدليمي، ص 127- 128.

وعودة إلى السؤال الذي طرحناه، فان سرّ نجاح الدعاية الصهيونية في أوروبا والولايات المتحدة يكمن في ما يلي:[1]

أوروبا: ففي أوروبا الغربية فان سبب نجاح الدعاية الصهيونية في بلدان أوربا يعود إلى الآتي:

1) وجود خلفية تاريخية من المواقف المتميزة ضد الدول العربية.
2) تحتل اليهودية في هذه المجتمعات قوة ضاغطة محلية وهي أقلية غير مندمجة تنتمي إلى الطبقة الوسطى فضلاً على انها تتسلل من خلال المهن الحرة إلى مراكز القوى الفكرية والإعلامية.
3) استغلال الأقليات التي تربطها بالمجتمع اليهودي تقاليد تاريخية.
4) عدم وجود دعاية عربية مضادة.

الولايات المتحدة الأمريكية:

ومن جهة أخرى فان تركيز الصهاينة على المجتمع الأمريكي جاء لتحقيق جملة من الأهداف التالية:

1) كسب الرأي العام المحلي الأمريكي بحيث يصبح قوة مساندة للحركة الصهيونية في النطاق الدولي.
2) القضاء على أي فرقة تحدث داخل المجلس من حيث التعبيرات الدعائية، وان الخلافات الداخلية يجب ان تبقى محصورة داخل الحركة الصهيونية كي تظهر الحركة الصهيونية بشكل متماسك.
3) العمل الدعائي، اصبح مركزياً ومتناسقاً ومن الطبيعي سوف تكون نزعته استفزازية أي ان تحول من الشكل الدفاعي عن القضية إلى مرحلة الهجوم.
4) خلق حالة من التضامن مع المجتمع اليهودي الأميركي والحركة الصهيونية ليس فقط في الإيمان بمبادئ العقيدة الجديدة بالدفاع عنها.

1- مرجع سابق، ص 134- 638.



الإعلام الإسرائيلي والايديولوجيا الصهيونية

ان الدعاية كانت من أهم الأدوات التي لجأت إليها الصهيونية وما زالت ليومنا هذا تلجأ إليها ومن أجل تحقيق أهدافها ففي بداية القرن الماضي سعت الحركة الصهيونية ان تكسب ود وسائل الإعلام والصحف الكبرى ووكالات الأنباء العالمية ومحطات التلفزة وشبكات الإذاعة في دول أوروبا والولايات المتحدة، ومن هنا فان الحركة الصهيونية سعت لتأطير ذلك بالشكل الذي يدعم موقفها ومن أهم الصياغات الإيديولوجية تركز دورهم في تأطير القضية الفلسطينية بشكل يدعم نجاح المقولة التي أطلقها الصهيوني " يسرائيل زنجغيل" أرض بلا شعب لشعب بلا أرض.

ولذلك فان الحركة الصهيونية كانت وما زالت إلى جانب كونها حركة إيديولوجية قومية، حركة إعلامية تستخدم الإعلام ليس فقط كآلية لدعم مواقفها، وانما كهدف بحد ذاته من أجل نقل الصراع الدائر على الأرض إلى صراع خطابي يستوعب فيه الواقع وتعالج بحسبه المعايير لمحاكمة الواقع، وان نجاح الحركة الصهيونية في جذب الأنظار لمقولتها الأخلاقية والسياسية والثقافية عبارة عن نجاح في صياغة الواقع بحسب موازين القوى الخطابية التي حددتها وحولتها إلى أحد مراكز القوى التي تستعملها من أجل إنجاح مشاريعها المختلفة فمنذ بداية الحركة الصهيونية ولغاية يومنا هذا نرى ان الخطاب الصهيوني هو المهيمن في كل ما يتعلق بالصراع العربي الإسرائيلي أو بتاريخ فلسطين وشعبها.[1]

الأيديولوجيا الصهيونية ومراحل تطورها ونشأتها:

مرت الإيديولوجية الصهيونية منذ نشأتها ومراحل تطورها بالمراحل التالية:[2]

المرحلة الأولى: الفكر الديني والقومي: عرف اليهود في أوروبا حياة اجتماعية خاصة منعزلة في أحياء أطلق عليها "الجيتو" وخاصة في دول أوروبا الشرقية، ومع انطلاقه الأفكار القومية الأوروبية في بداية القرن

1- الإعلام والصحافة في إسرائيل، د. أمل جمال، المركز الفلسطيني الإسرائيلي، 2005، ص 33.

2- الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع، د. عاطف الرفوع، الطبعة الأولى، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2004، ص 37- 40.

التاسع عشر تأثر اليهود بهذا الفكر وسخروه في دفع الفكر اليهودي الصهيوني بوجهيه الديني والعلماني نحو التركيز على الروح القومية لليهود.

فقد برزت دعاوى وأفكار حركت العقل اليهودي باتجاه التأكيد على ضرورة تحقيق قومية يهودية ووطن قومي يهودي وذلك على أساس تعاليم التوراة ثم على أساس الاستفادة من الفكر الاستعماري الغربي الامبريالي، وأبرز دعاة هذه المرحلة كل من:

1) الحاخام يهودا الكلعي: وهو حاخام الطائفة اليهودية في مدينة ريمون في صربيا ولد عام 1798 وتوفي 1878، وكان أول من نادى بالاستيطان في فلسطين، وذلك في كتاب نشره عام 1839، انتقد فيه الفكر الديني اليهودي التقليدي "الارثوكسي" حول مسألة الخلاص، ودعا اليهود إلى استيطان فلسطين بجهدهم الخالص وليس بالخلاص الإلهي، وفي هذا الصدد يقول: "لا يمكننا الانتظار حتى يظهر المسيح ويعيد إلينا أورشليم ((القدس)) فنسمع نفخ البوق في الجليل ونقف على أرجلنا على جبل الزيتون وبعد ذلك نتوب، هذه أفكار زرعها الشيطان في قلوبنا كي يحجب عنا النعمة"، وأضاف يقول: ان روح العصر تلزم كل الشعوب بالحصول على استقلالها وبعث لغتها وهي تطالبنا نحن بإنشاء كياننا وأحياء لغتنا المقدسة، ودعا اليهود إلى تجنيد طاقاتهم وتنظيمها لتحقيق هذه الأهداف والضغط على رؤساء الدول الاستعمارية الأوربية لمساعدتهم في تحقيها، وبذلك يكون قد اكتشف مبكراً دور الاستعمار الأوربي في تحقيق ما يصبو إليه، وصاغ منظوراً تاريخياً تمثل بالحق التاريخي لليهود في فلسطين فقد رأى ان رؤساء الدول الكبرى سيساعدونهم على ذلك

لانهم يحبون الحق والاستقامة وكلهم سيوافق على انه من العدل إرجاع الحق إلى نصابه.

وقد حدد الحاخام الكلعي وسائل تحقيق هذه الأهداف من خلال التوجه إلى وجهاء اليهود الذي لاحد لقدرتهم ان كان ذلك بتأثيرهم تجاه الخارج وبقدرتهم على الحسم تجاه الداخل ولا قيود على أولئك الوجهاء تمنعهم من الطلب من رؤساء الدول السماح لنا بالرجوع إلى بلدنا وأرض أجدادنا.[1]

2) الحاخام هيرش كاليشر: وهو حاخام الطائفة اليهودية في مدينة نورين، عاش خلال الفترة الممتدة من 1795- 1874. فقد سعى كاليشر على تطوير أفكار الحاخام يهودا الكلعي في إطار نظرية تتمثل في ان العلاقة ما بين اليهود وأرض إسرائيل "التوراة" هي علاقة إزلية لا يمكن فصمها عن هجرة اليهود لفلسطين واستيطانهم أرض إسرائيل فهي فريضة ينبغي على اليهود تأديتها، ورأى ان العقل والشريعة يلزمان كل يهودي بالعمل بشجاعة وعزم وقوة للاستيطان في أرض إسرائيل لان عملية تجميع اليهود وتوطينهم هنالك، وأعمار البلد هو بداية الخلاص.

وقد صدر للحاخام كاليشر كتاب تناول أفكاره السياسية جاء تحت عنوان ريشتان تسيون عام 1862 أي البحث عن صهيون، حيث أكد على أهمية القومية اليهودية ودعا اليهود إلى استيطان فلسطين واقترح إقامة منظمة لتسهر على تحقيق هذه الغاية، وقد شن هجوماً كاسحاً على المؤمنين بعودة المسيح لتخليص اليهود قائلاً: المسيح المخلص لن يظهر وعليهم ان يضعوا حداً لانتظارهم.[2]

1- لمزيد من الاطلاع انظر تاريخ الصهيونية، د. صبري جرجس، ص 75.

2- فلسطين الفكرة والكلمة، د. محمود السمرة، ص 46- 47.

3) موسى هس: من أبرز دعاة الصهيونية وأبرز أعمدة الفكر الصهيوني وأقطابه، فقد ألف كتاباً أطلق عليه روما والقدس أكد من خلاله ان النهضة القومية قادرة على حل جميع قضايا اليهود ودعا إلى إقامة المستعمرات والمستوطنات في فلسطين، واعتبر ان ذوبان واندماج اليهود بالمجتمعات هو شبه مستحيل وبذلك يكون قد توافق مع الحاخام كاليشر.[1]

وهس: يهودي ألماني عاش خلال الفترة الممتدة من 1882- 1872 عاصر كل من كارل ماركس وانجلز وأبرز ما ركّز عليه ان جماهير الشعب اليهودي لن تتمكن من الاشتراك في الحركة التاريخية العظيمة للإنسانية المعاصرة إلا اذا كان لها وطن يهودي، ويعتبر "موسى هس" من أكثر القيادات الفكرية الصهيونية التي دعمت فكرة الاندماج في المجتمعات التي يعيشون بها، ونادى بإعادة قراءة الخطاب اليهودي وتجديده من خلال الانفتاح على الأفكار الأخرى حيث يقول في هذا الصدد "اليهودي غير الشريف ليس ذلك الذي يفضل قطع لسانه على ان يتفوه بكلمة ينكر فيها قوميته، لكنه هو اليهودي الذي يخجل من قوميته لأن يد القدر تضغط بقسوة على شعبه، ثم أوضح ان الصراع ما بين الأجناس هو أهم الصراعات ويجب التمييز بين العنصر الآري والسامي حيث يقول: ان لكل جنس بشري في معناه الروحي ومهمته في تاريخ العالم هي تحقيق العدالة الاجتماعية في جماعة إنسانية منتظمة متحدة، غير ان اليهود لا يمكن انجاز مهمتهم التاريخية بأن يحصلوا على قطعة أرض تكون وطناً لهم وعليهم العودة إلى أرض الآباء والأجداد "أرض الميعاد".

ومن خلال إجراء مقارنة بين صراحة كل الحاخام هيرش كاليشر وموسى هس نجد أنهما توافقا في المحاور التالية:

1) الدعوة إلى ولادة قومية يهودية "صهيونية" مؤسسة على الدين ورفض الاندماج.

1- مرجع سابق، ص 47.

2) العمل على إيجاد وطن قوي لليهود في فلسطين مستخدماً نفس الأساليب التوراتية وخاصة أسطورة أرض الميعاد.

3) التشديد على مسألة العرق اليهودي مستخدماً أسطورة الرسالة الثقافية التاريخية للإنسان اليهودي وعلى التأكيد على دمج القومية والدين في وحدة واحدة.

المرحلة الثانية: الفكر القومي العلماني: ظهرت هذه المرحلة خلال المرحلة التي جاءت بعد اغتيال القيصر الروسي الاسكندر الثاني حيث اتهم اليهود بتدبير محاولة الاغتيال، وكان من نتيجة ذلك أن ارتدت جماعة من اليهود كانت من أنصار الاندماج اليهودي في المجتمعات التي يعيشون بها عن هذا الاتجاه وهي الجماعة التي أطلق عليها اسم "الهسكلاه" أي أنصار التنوير حيث دعت إلى حل هذه المسألة عن طريق الهجرة وإيجاد وطن قومي لليهود ذلك أن عملية التعايش مع الشعوب الأخرى أصبحت بالنسبة إلى آرائهم أمراً صعباً وكان من أبرز قادة هذا التيار:[1]

1) **سموليتكين بيريتز:** يعتبر الأب الروحي للفكرة القومية اليهودية اذا انطلق من حكم قائم هو ان المسألة اليهودية تكمن في ان كل الشعوب تكره اليهودي في قلبها والسبب لان ديانتهم وعقيدتهم تختلف عن مثيلتها بالنسبة لأي شعب آخر وهذه الصفة أبدية ومغروسة في قلوب كل الشعوب لان اليهود غرباء في البلدان التي يعيشون فيها ولا وطن لهم ويثيرون كراهية الآخرين لهم لأسباب دينية واقتصادية، وإذا اختفى الكره الديني جدلاً فسيحل محله الكره العرقي، لذا فان الكره لليهودية باقٍ ولن يفيد اليهود تقدم الإنسانية أو انتشار الاشتراكية لان الاشتراكيين يكرهونهم، وان سبب الكراهية كما يقول "برناردي لازار" اينما حل اليهود نمت وانتشرت مناهضة اليهودية،

1- مرجع سابق، ص 41- 44.

اذ ان مناهضة السامية كلمة أسيء اختيارها، ولم يبرز وجودها الا في زمننا هذا، ان الأسباب العامة لمناهضة السامية كامنة في اليهود ذاتهم وليس عند الذين يحاربونهم، كما وأكد "سمولنسكين" على ان الروح المثيرة اليهودية هي الأساس للقومية اليهودية إضافة إلى الرسالة الخاصة التي يحملونها تجاه الإنسانية والتي تتمثل فيما يلي:

1. نشر تعاليم الأنبياء بشأن وحدانية الله.
2. المساواة وأخوة الشعوب.
3. السلام العالمي.

وقد اعتبر ان إنجاز هذه الرسالة يتوقف على وصول القيم الإنسانية إلى حالة من التماثل مع القيم اليهودية، وهذا لن يتم إلا اذا استوطن اليهود فلسطين وانتقل الحكم بعد ذلك لهم، وبذلك فان أبرز المحاور التي تناولها سمولسكين هي:

1. التمييز العرقي والديني والقومي.
2. أسطورة أزلية كراهية الشعوب لليهود وهو ما يسمى باللاسامية.
3. استيطان فلسطين "ارتس فلسطين" أي أرض فلسطين وتحقيق السيطرة السياسية عليها.

2) **موشيه ليف ليلينبوم**: توافق مع الحاخام "سمولسكين" في ان اليهود يتعرضون للاضطهاد وانهم يجب ان يعيشوا حياة منظمة طبيعة مثل باقي البشر، وقد اعتبر ان الخلاص لليهود لن يكون إلا باليقظة القومية وبعث الروح المتميزة، بالإضافة إلى الحق التاريخي لليهود في فلسطين لكن النجاح لا يتم كما يرى " ليلينبلوم" ما لم يحصل اليهود على مساعدة المستعمرين الغربيين واليهود أنفسهم، ودعا إلى تأسيس جمعية لشراء الأراضي في فلسطين.

3) **يهود ليف ليونبسكر**: اعتبر ان اليهود في حقيقة الأمر عنصراً متميزاً عن الشعوب التي يعيشون فيها، وغير قابل للذوبان في كيان أمة ولهذا لا

تستطيع أي أمة ان تتحمله بسهولة، والمطلوب اذن إيجاد وسيلة يمكن بواسطتها تهيئة ذلك العنصر الانفصالي للتحالف مع تلك الشعوب بطريقة تحل بها المسألة اليهودية إلى الأبد.

4) **اليعازر بين يهودا:** اعتبر ان اليهود يمثلون وحدة قومية قائمة بحد ذاتها استطاعت المحافظة على هذه الصفة بواسطة دياناتها وكره الآخرين لها، لذلك دعا إلى إقامة مركز قوي يهودي يكفل المحافظة على الوجود اليهودي في المكان الوحيد المناسب لذلك وهو أرض إسرائيل "فلسطين".

هذا وقد هاجر بن يهودا إلى فلسطين وراح يعمل على إحياء اللغة العبرية والتأكيد على استعمالها كلغة قومية لليهود في الوطن القومي لهم "ارتس –إسرائيل "فلسطين".

لاحظنا كيف وضع هؤلاء المفكرون الأسس العقائدية للايدولوجيا الصهيونية والتي تتكون من ما يلي:

1) وجود أمة يهودية عالمية.
2) وجود حركة تحرر وطني.
3) تعمل هذه الحركة على خلق مركز قومي في أرض فلسطين.
4) حل معضلة العداء للسامية.

المرحلة الثالثة: مرحلة الفكر الاشتراكي: تأثير عدد من المفكرين الصهاينة بأدبيات الفكر الاشتراكي، وأبرز هؤلاء ما يلي:[1]

1) **اهارون ديفيد جوردون:** عاش خلال الفترة الممتدة من 1856- 1922، وهو صهيوني روسي الأصل عمالي الاتجاه ركز على فكرة اقتحام الأرض في فلسطين والعمل عليها كوسيلة للخلاص من آفات النفي

1- مرجع سابق، ص 44- 47.

الجديدة وتحويل اليهود إلى قطاع اقتصادي منتج، وانطلقت أفكاره مما يلي:

1. ان خلاص اليهود بشكل خاص والإنسان بشكل عام لن يتم إلا عن طريق العمل الجدي الذي اعتبره أساس الوجود الإنساني.
2. طريق العمل الانبعاث: وهذا لن يتم إلا عن طريق العمل اليدوي وطريق حشد الطاقات القومية لليهود من خلال التضحية المطلقة من أجل المثل العليا.
3. ان فكرة "جوردون" انطلقت من احتلال العمل من أيدي العرب ولذلك يعتبر مؤسس فكر العمل العبري العنصري ولذلك اعتبر ان فلسطين هي الهدف أولاً والاستيلاء عليها ثانياً والاستيطان سيعيد اليهود إلى أرض الميعاد ثالثاً أي ان نظرية أو قاعدة الانبعاث الجديد تعتمد على هذه الأركان.

2) **نحمان سيركين**: دعا إلى إفراغ فلسطين من سكانها العرب ليحل محلهم اليهود المهاجرون كأسلوب لإقامة الدولة اليهودية الاشتراكية، ويعتقد ان هذا الأسلوب هو الوحيد لحل ظاهرة اللاسامية التي يعاني منها اليهود في كل مكان والعلاج لإخفاء الصراع الطبقي، ويعتبر "سيركين" أول من وضع الأسس النظرية لعقيدة الجناح الصهيوني الذي قاد الحركة الصهيونية حتى النهاية.
3) **بوروخوف**: حيث يرى ان المشكلة القومية تعني الصراع بين تطور قوى الإنتاج لدى أية فئة اجتماعية وبين الظروف والشروط التي تعمل بها قوى الإنتاج، وان الأرض ما هي الا الأساس الضروري لحياة قومية مستقلة، ومن هنا فقد صنَّف اليهود إلى الطبقات التالية:
   1. البرجوازية الكبيرة.
   2. البرجوازية الصغيرة.
   3. الجماهير التي تمر في مرحلة التطور البرلولتساري البرولتساريا.

هذه الفئات الأصل تعاني من التنافر القومي مع الشعوب التي تعيش فيها وهي الخاسر من هذا التنافس لأنها الأضعف ولذلك ليس أمامها الا الهجرة إلى مكان لدرء خطر الشعوب عنها ، واعتبر ان تحرير الشعب اليهودي لن يتم إلا على أيدي الطبقة العاملة أو انه لن يتم أي ان الصهيونية العمالية ممكنة عندما تكون الصهيونية قابلة للتنفيذ بواسطة صراع الطبقات والصهيونية ممكنة فقط اذا كانت البرولتاريا ممكنة أيضاً اذا لم تكن للبرولتاريا اليهودية طرق خاصة بها. لتحقيق الصهيونية ليست إلا خرافة لا أساس لها.

4) الفكر الصهيوني العلماني الجديد: ولد من معطف هذا الفكر اتجاهين صهيونيين هما:[1]

أولاً: الصهيونية السياسية: وأبرز دعاتها:

1. بيرنيوم: وهو أول من استعمل مصطلح الصهيونية بدلاً من القومية اليهودية في كتيب صدر سنة 1893 تحت عنوان البعث القومي للشعب اليهودي في أرضه كوسيلة لحل المشكلة اليهودية، وخلال عام 1882 تمكن بمشاركة "سمولنسكين" من تأسيس جمعية طلابية في جامعة فينا انطلقت أبرز أهدافها من الآتي.

أ) محاربة الاندماج ودعاته.

ب) بلورة الشعور القومي اليهودي وتقويته.

ج) استيطان فلسطين واستعمارها.

ويعتبر "ناثان بيرنيوم" أول من طبق الفكرة الصهيونية وهو أبرز زعماء حركة "حب صهيون" وهي حركة انتشرت في أوروبا وكانت تدعو اليهود للهجرة إلى فلسطين والاستيطان بها وتقدم للمهاجرين المساعدات المالية والمعنوية، ان ناثان أول من بذر الفكرة الصهيونية.

1- مرجع سابق، ص 47- 55.

2. ثيورد هيرتزل: وهو أول من دعا إلى إقامة وطن قومي لليهود في فلسطين وقدم برنامجه لتحقيق هذا الهدف من خلال كتابه الدولة اليهودية الذي نشر عام 1905 حيث توصل بالقول ان اليهود شعب واحد أثبت صموده على مواجهة ما جرى له من مجازر وإبادات ويرى ان الحل الوحيد يمكن في الالتزام بالعقيدة القومية القوية والسعي لإقامة الدولة اليهودية هذا والكتاب ركز على ما يلي:

1) مكان الدولة: يقول هيرتزل تمنح لنا السيادة على منطقة "ما" على وجه الأرض تكون كامنة لمتطلبات شعبنا المشروعة وسنقوم بتدبير ما تبقى بأنفسنا، وقد رأى ان اليهود على استعداد لقبول أي بلد وانه لا يفضل بلداً آخر لكنه يضيف قائلاً:

اذا منحنا السلطان العثماني فلسطين فنستعد بحل مشاكل تركيا المالية وستكون الدولة الصهيونية سوراً تجاه آسيا وطلائه لحراسة المدينة ضد البربرية وكدولة حامية ستحافظ على علاقات مع أوروبا، واما الأماكن المقدسة للمسلمين فيمكن منحها وضعاً خاصاً وحسب القانوني الدولي.

2) أساليب تحقيق الدولة: تنطلق وسائل تحقيق الدولة من ما يلي:

1. جمعية اليهود.
2. الشركة اليهودية.

فالأولى تهدف للحصول على اعتراف أكبر عدد من اليهود ومن الدول المستقلة بها كسلطة لإقامة الدولة، والثانية تهدف إلى خلق الاستيطان، كما تكون أداة مالية بحتة تعمل على نقل اليهود بعد تصفية أملاكهم من دولهم الأصلية إلى البلاد التي ستقام عليها دولتهم الجديدة.

وتقوم فكرة مبررات هذه الدولة على فكرة العداء للسامية وكره اليهود وهي الفكرة التي يكررها الجميع.

ومن الجدير بالذكر ان هيرتزل بدأ حياته صحفياً وقد قدم مشروعه القومي للشعب اليهودي وأخيراً نجح في عقد المؤتمر الصهيوني الأول الذي عقد في بازل في سويسرا عام 1897 حيث أصبح رئيساً للمؤتمر والذي حضره أكثر من 204 من مختلف شخصيات اليهود في العالم حيث تناول المؤتمرون مشاكل اليهود ووضعوا حلولاً لها، وقد تمخض المؤتمر عن ولادة المنظمة الصهيونية العالمية التي قامت بتنفيذ برنامج المؤتمر والذي تشكل من المحاور التالية:

1. تشجيع اليهود للتقارب في مؤسسات وجمعيات.
2. نشر الوعي القومي في نفوس اليهود.
3. الاتصال بالدول الكبرى للحصول على موافقتها من أجل تحقيق أهداف الصهيونية والمتمثل في إقامة وطن قومي لليهود في فلسطين يضمنه القانون العام.

وقد دشن المؤتمر الباب على مصراعيه لليهود ليكونوا أعضاء في المنظمة الصهيونية التي أعطاها الحياة واشترط المؤتمر ان يكون المتقدم مؤمناً ببرنامج بازل وعلى العضو ان يساهم برسوم رمزية زهيدة، وفي هذا الصدد اعتبر "هيرتزل" ان ولادة الدولة القومية اليهودية قد بدأ منذ عام 1897 وحدد اليوم والسنة حيث يقول هيرتزل "اذا ما قامت اليوم بصوت عالٍ فسأقبل بسخرية العالم، ومن المحتمل بعد خمسة أعوام، ولكن بالتأكيد بعد خمسين عاماً سيؤيد الدولة كل إنسان"، وبالفعل تحقق حلم الصهيوني هيرتزل بعد 49 عاماً حيث احتلت فلسطين عام 1948.

ومن هنا فان أفكار هرتيزل ساهمت في خلق مؤسسات الكيان الصهيوني وخاصة المؤسسات المالية التي تضمنتها المنظمة الصهيونية العالمية، كما ساهمت جهوده الدبلوماسية في دعم فكرة الدولة اليهودية حيث تم إنشاء الصندوق القومي اليهودي والذي يهدف إلى شراء واستملاك الأراضي في فلسطين وقد جاء هذا

الصندوق كأحد مقررات المؤتمر الصهيوني الخامس حيث أنشئ عام 1901، كما وتم إنشاء البنك اليهودي حيث أطلق عليه "صندوق الائتمان اليهودي للأعمار"، وأنشئ فرع له في يافا وعرف لاحقاً بالبنك البريطاني الفلسطيني، كما وقرر المؤتمر الخامس إنشاء صندوق قومي يهودي يقوم على التبرع الذاتي برأس مال قدره عشرة ملايين جنيه ليتم شراء الأراضي لتكون ملكاً للشعب اليهودي.

كما وأجرى هيرتزل جهوداً دبلوماسية مكثفة لخدمة المشروع الصهيوني، فقد أجرى اتصالات مع المسؤولين الألمان للحصول على براءة بإقامة شركة يهودية تحت الحماية الألمانية تعنى بأمور تهجير اليهود وتوطينهم في فلسطين، كما وبذل جهوداً كبيرة لمقابلة الإمبراطور الألماني حتى تم له ذلك في 19 تشرين أول عام 1898 في القسطنطينية ولكن لم يتمكن من إقناع الإمبراطور في شيء، وفي تركيا سعى هيرتزل لإنفاق الأموال لاستمالة المسؤولين الأتراك بالرشوة لمحاولة مقابلة السلطان العثماني وبعد محاولات استمرت ثلاث سنوات استقبل السلطان هيرتزل في 17 أيار عام 1901 بصفته صحفي نمساوي لا بصفته رئيساً للمنظمة الصهيونية العالمية كما واستقبله مرتين في شباط عام 1902 حيث سعى في هذه المقابلات إلى إقناع السلطان بمنح اليهود حقوق للهجرة مقابل ان تقوم المنظمة الصهيونية العالمية بتسديد مديونية السلطنة لكن السلطان وافق على موضوع الهجرة بشرط أن لا تكون لفلسطين وهكذا أفشل السلطان عبد الحميد الثاني مساعي هيرتزل.

3. **ماكس توردا:** انطلقت أفكاره من أدبيات الفكر الصيهوني العلماني الخالص من خلال كتاب ألفه أطلق عليه أكاذيب مدينتنا التقليدية الذي نشر عام 1883، وقد انطلقت أفكاره من خلال مقاله نشرها عام 1902 بعنوان "الصهيونية" حيث حدد أفكاره في المقال من خلال ست نقاط هي:

1- اليهود ليس طائفة ولا مدرسة فكرية بل عائلة واحدة وتاريخ مشترك، وأن أفكار التعاليم اليهودية لا تضع الفرد خارج الجماعة، كما ان قبولها لا يجعل

من الشخص يهودياً وتوصل بالقول: ليس من الضروري ان يؤمن الفرد بالدين اليهودي أو بالنظرة الروحية العامة لليهود ولكي يصبح جزءاً من الأمة.

2- ان اليهودية في نظره ليست ديناً أو مذهباً أخلاقياً.
3- يعارض القومية اليهودية أي انه لا يعتبر الدين عاملاً مهماً في القومية اليهودية.
4- ان الصهيونية السياسية موجودة فقط بشكل جزئي أي انها موجودة بشكل عاطفي فقط.
5- أكد على مسألة العداء للسامية.
6- الشعور القومي هو المسؤول عن يقظة الشخصية اليهودية المستقلة بين الشعوب الأخرى.
7- اشترط الإيمان بالصهيونية الإيمان بالقومية اليهودية.

4. **جابوتنسكي**: انطلقت أفكاره بالقول ان هدف الصهيونية تحويل فلسطين تدريجياً مع شرق الأردن إلى كومنولث يهودي يحكم نفسه بنفسه في ظل أكثرية يهودية قائمة واي تفسير آخر للصهيونية فهو غير صحيح.

ولهذا اعتبر مؤسس الصهيونية التصحيحية التي تعرف الوطن القومي اليهودي بانه دولة قومية تخضع لسيطرة الأكثرية اليهودية وتقوم فيها إدارة الشعب اليهودي لتقرير أشكال الحياة الجماعية وأساليبها، أما فلسطين فهي مساحة من الأرض ميزتها الجغرافية الأساسية هي ان نهر الأردن يجري على حدودها بل أوسطها، وحدد هدف الصهيونية هو إيجاد حل للمأساة اليهودية، كما وحدد أسلوب السيطرة على فلسطين يكون بالعنف والقوة حيث يقول: " السياسة هي القوة نحن لا نمتلك القوة ولذلك يجب على الصهيونية ان تسعى لكي تصبح قوية ودعا إلى عسكرة الشباب اليهودي في فلسطين، كما أكد بالقول :"انه بإمكانكم ان تلغوا كل شيء ما عدا السيف يجب ان تحتفظوا به فالقتال بالسيف يرجع تاريخه إلى أجدادنا القدماء وعنهم أخذنا التوراة والسيف والعنف وحده هو وسيلة التعامل مع

العرب والفلسطينيين، وان أوهام بعض الصهاينة الخاصة بإقناع الفلسطينيين بترك وطنهم لليهود هي أحلام ليبرالية رخيصة، كما وحدد شكل السيطرة على فلسطين من خلال الاستعمار والاستيطاني عن طريق الهجرة والجهد الفردي، إضافة إلى الجهود الدبلوماسية والسياسية والبحث عن مساندة أي قوة امبريالية لتنفيذ المخطط الصهيوني.

ثانيا: الصهيونية الثقافية: ومن أبرز دعاة هذا التيار:

1) **أحاد هاعام**: أكد على ان حل المسألة اليهودية ليست فقط بملجأ يهاجر إليه اليهود للهروب من الاضطهاد وانما المطلوب خلق الدولة الصهيونية.
2) **آثر روبين**: شكل الثقافة العنصرية الصهيونية التي تعتبر ان اليهود عنصر فوقي متقدم على العرب واليهود الشرقيين من حيث انهم متفوقون وأذكياء، ودعا إلى ضرورة المحافظة على التمييز العرقي لليهود حيث يؤكد ان أي جنس راقي يزول بسرعة اذا ما تزاوج بجنس أقل رقياً، وهذا ما يوضح رفضه لفكرة الاندماج اليهودي والدعوة إلى الانفصالية تلك الانفصالية التي أتاحت لهم حسب رأيه فرصة المحافظة على مواهبهم العنصرية الطبيعية تلك المواهب التي أصبحت أكثر قوة من خلال عملية اختبار طويلة وهو بذلك ينادي بفكرة البقاء للأصلح.

بعد هذا العرض عن أبرز المدارس الفكرية الصهيونية تبين لنا بان أركان الأيديولوجيا الصهيونية مهما تعددت أو تنوعت فان القواسم المشتركة لها تنصب على العوامل التالية:

1. شعب الله المختار.
2. أرض الميعاد.
3. الدولة اليهودية.

لكن وسائل تنفيذ هذه الأهداف فهي تختلف من مدرسة فكرية إلى أخرى.

ومن جهة أخرى فقد ارتبط الإعلام الإسرائيلي بالايدولوجيا الصهيونية ارتباطاً عضوياً فقد حددت هذه الايدولوجيا مسار الإعلام الإسرائيلي أي ان وظيفته ودوره تنطلق من مثلث قاعدته شرعية الاستيطان والهجرة وممارسة سلطة الحكم على الأرض والإنسان الفلسطيني وخلق شرعية الدولة الاستيطانية الصهيونية، أما الضلع الثاني فشرعية نظام الحكم أو النظام السياسي المزدوج القائم على تناقض مكشوف وهو الديمقراطية وحقوق الإنسان اليهودي والمستوطنين فقط وممارسة أبشع أشكال القمع للشعب الفلسطيني.

ومن هنا تبين لنا ان الاستيطان الصهيوني شكل أبرز المحاور الرئيسة للإيديولوجية الصهيونية إضافة إلى إقامة الكيان الغاصب "الدول" ولذلك فان هذين الهدفين يشكلان أهم محاور الإعلام الإسرائيلي بشكل خاص والإعلام الصهيوني بشكل عام، ولذلك فإننا سنسلط الضوء على الاستيطان الإسرائيلي في فلسطين حيث انه يشكل الخطر الحقيقي الذي تواجهه الأمة العربية عامة والشعب الفلسطيني خاصة لانه سيبتلع الأرض الفلسطينية وسيساهم في مزيد من التهجير والترانسفير.

والسؤال الذي نطرحه ماذا نعني بالاستيطان؟

الاستيطان: هو اتخاذ بلد ما موطناً أو أعمار المساكن المهجورة أو البحث عن استيطان الجماعات البشرية من حيث علاقاتهم بالبيئة الجغرافية أو البحث في توزع الإنسان في رقعة الأرض ويطلق مصطلح الاستيطان على ظاهرة محاولة القضاء على وطن ودخول عنصر أجنبي كما يجري في فلسطين العربية.

منهجية الاستيطان الصهيوني:

تناول المفكرون منهجية الاستيطان الصهيوني في فلسطين حيث تبين لهم ان أهداف الصهيونية العالمية الاستيطانية في فلسطين جاءت لتحقيق ما يلي:[1]

1) **العامل التاريخي**: ترجع الحركة سعيها لإقامة الدولة اليهودية في فلسطين إلى الحق التاريخي حيث يزعم الصهاينة ان فلسطين هي بلادهم القديمة.
2) **العامل الديمغرافي "السكاني"**: شكل هذا العامل بعداً إستراتيجياً للصهاينة من خلال تهجير اليهود من شتى اصقاع العالم واحلالهم مكان الشعب الفلسطيني بعد ان يتم طرده أو قتله.
3) **العامل الاقتصادي**: أي تمويل عمليات الهجرة والتوطين في فلسطين من خلال شراء الأراضي وتوفير فرص العمل وتثبيته في أرض فلسطين.
4) **العامل السياسي والإستراتيجي**: وجود إسرائيل قلعة متقدمة للامبريالية الغربية لان أهداف الامبريالية متوافقة مع أهداف الصهيونية العالمية.

ومن هنا فان الكيان الصهيوني يمكن ان نطلق عليه كيان استيطاني استعماري "كولياني" ويقصد به ان كيان تشكل عن طريق هجرات جماعات بشرية متعددة عبر حقب زمنية من مناطق جغرافية متباينة إلى أرض فلسطين حيث استولت هذه الهجرات بالقوة على الأرض وسمحت لطرد السكان الأصليين بالتعاون مع قوى الامبريالية الغاشمة، واخطر ما يتميز به الكيان الصهيوني بانه كيان عنصري حيث استمد عنصريته بالدرجة الأولى

1- الاستيطان الأجنبي في الوطن العربي، د. عبد الله التميمي، سلسلة عالم المعرفة، عدد 71، ص 119- 120.

من إيديولوجيته الصهيونية "ديني + قومي" الذي يعتبر اليهود شعب الله المختار ثم المبادئ الاستعمارية التي استند إليها.

السياسة والإعلام في إسرائيل:

إسرائيل كيان سياسي اجتماعي وعنصر غريب عن واقع الأمة العربية، وقد اختلف المفكرون والباحثون على تسمية إسرائيل هل هي دولة بمفهوم الدولة المعاصرة أم مجتمع أم كيان أم أمة أم شعب، وأبرز هؤلاء المفكرون د. مجدي حماد وقد أجمع هؤلاء المفكرون بالقول إلى ان إسرائيل مجرد كيان اجتماعي، ويعود ذلك إلى ان تسمية تكوين اجتماعي لمجتمع ما يجب ان تتوفر فيه المجتمعية والأمة أي انه يفترض وجود معيشة مجموعة من السكان على ساحة إقليمية محددة ولفترة طويلة من الزمان تسمح بانصهار اجتماعي بين العناصر المكونة للسكان، وبروز نظام قيمي ومعياري يجمع ما بين أعضا المجتمع الأمر الذي لا يتم إلا عبر عدد من الأجيال ومعنى ذلك ان عنصر الأقليمية أو الوجود الإقليمي لفترة طويلة من الزمان يعتبر نقطة هامة لبلورة نسق موحد من التنشئة الاجتماعية الذي يتطلب تراكمات زمنية متطورة وهو ما يفتقده الكيان الصهيوني.

فيما اعتبر د. علي الدين هلال ان التجمع البشري الإسرائيلي يشهد حالة من فقدان المعايير الموحدة لكل أعضائه وهو ما يطرح إشكالية ثقافية سياسية تتمثل في إشكالية التكامل الثقافي أي عملية إيجاد هوية قومية مشتركة وشعور بالتضامن الاجتماعي، وإيجاد رموز وقيم مشتركة بين هذه العناصر المختلفة ويضيف "د. علي هلال" بالقول ان الكيان الصهيوني الإسرائيلي يعيش أزمة في الهوية وعدم التكامل الثقافي، ويعلل سبب ذلك إلى النشأة الاستيطانية للكيان الإسرائيلي التي أفرزت ظاهرة التعددية الاثينة والثقافية لهذا الكيان اذ يتكون من خليط متنوع الأصول الحضارية والاجتماعية والثقافية والاثينة جمعتهم فوق أرض فلسطين الحركة الصهيونية والقوى الامبريالية التي هيمنت على المنطقة

خلال الحقب الماضية وسبق ان تناولنا علاقة الصهيونية بالقوى الغربية الغاشمة في الفصول السابقة.[1]

والباحث يعتبر ان هذا الكيان هو كيان غريب ولقيط وغير شرعي سيتفكك في لحظة تاريخية عندما يتوقف الدعم الغربي الامبريالي وسيعود من حيث جاء لانه لا يشكل مقومات المجتمع الإنساني المتكامل فهو مجتمع عدواني عنصري متناقض وقابل للتفكك والذوبان.

ومن هنا تعتبر دراسة البنيان الاجتماعي الإسرائيلي ضرورية لكل باحث يريد ان يطرق أي مكون من مكونات النظام الاجتماعي والسياسي والإعلامي الإسرائيلي، لان هذا المجتمع ينطبع بإيديولوجيته وتناقضاته وتركيبه على الحياة الإسرائيلية السياسية بصورة مباشرة، كما ان دراسة هذا المجتمع ستساعد في فهم الخلفيات الاجتماعية للنخب الإعلامية والسياسية والعسكرية.

طبقات المجتمع الإسرائيلي:

المجتمع الإسرائيلي الموجود على أرض فلسطين تشكل بفعل موجات الهجرة إلى فلسطين بتبني من المنظمة الصهيونية العالمية والقوى الامبريالية، وقد شكلت موجات الهجرة إلى فلسطين أهمية كبيرة اذ انها شكلت الاستيطان الصهيوني لفلسطين والاستيطان كما آشرنا يعتبر مكون رئيسي من مكونات الدولة ولا يمكن أن تتفاوض الدولة الصهيونية عليه أو تتواطأ على إيديولوجيته اذ انه سر الحياة لإسرائيل، وتنبع أهمية الاستيطان والهجرة من كونه يمثل نوعاً من القيام بالواجب القومي والديني، وخلال استعراضنا لايدولوجيا الصهيونية لاحظنا كيف سعى الآباء الروحانيون للحركة الصهيونية إلى أهمية الهجرة والاستيطان إلى فلسطين من هيرتزل إلى قيادات الحركة الصهيونية المعاصرة التي حكمت إسرائيل من بن غوريون إلى نتنياهو....

1- الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع، د. عاطف الرفوع، دار الفارس للدراسات، 2004، ص 107.

فالهجرة والاستيطان الصهيوني لفلسطين شكلت المدماك الأساسي والإستراتيجي المادي لقيام الكيان الإسرائيلي الصهيوني، ونظراً لأهمية الاستيطان والهجرة في ترسيخ بنيان المجتمع الإسرائيلي يلحظ الباحث ان جميع مكونات الأحزاب الإسرائيلية من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار اعتبرت الهجرة والاستيطان أكسير الحياة لوجود الكيان والمجتمع الإسرائيلي حيث تبنت الأحزاب الإسرائيلية الاستيطان من خلال ضخ أرض فلسطين بالعناصر البشرية الضرورية لبقاء إسرائيل ولكن هذه العناصر البشرية لم تأت بالفورية بل بالهجرات المتسارعة بخلفياتها الحضارية وهي التي صبغت المجتمع وحددت اتجاهاته وأنماطه، فمثلاً كان معظم المهاجرين من أوروبا الشرقية هم من "الاشكنازيم" ولكن بعد قيام الكيان عام 1948 بدأت موجهات الهجرة تتولى من الشرق مغلبة عنصر السفارديم داخل المجتمع، وقد انعكس هذا الوضع منذ البداية على الثقافة السائدة في المجتمع وأنماط الحياة حيث سيطرت الثقافة الأوروبية على المجتمع والسياحة منذ قيام الكيان، والأهم من ذلك أن معظم النخب الأمنية كالعسكرية والإعلامية والسياسية الإسرائيلية ان الهجرة والاستيطان هي الوسيلة الأقوى لوجود وديموية إسرائيل.

تكوين المجتمع الإسرائيلي:

تشكل المجتمع الإسرائيلي من الطبقات الاجتماعية التالية:[1]

أولاً: الاشكنازيم : اليهود الغربيون هم من المهاجرين من أوروبا وأمريكا جاء معظمهم من شرق ووسط أوروبا خلال الفترة الممتدة ما بين 1918- 1948 وكانوا حتى قيام الكيان الصهيوني يزيدون عن نصف عدد السكان وهم على مستوى عالٍ من الكفاءة والمؤهلات في ميادين العلم والفكر والصناعة ويعيشون في المدن الرئيسة، وانعكست قيم الرواد الاشكنازيم على مظاهر

1- النخبة الحاكمة في إسرائيل، د. نظام محمود بركات، منشورات فلسطين المحتلة، الطبعة الأولى، 1982، ص 50- 56.

المجتمع والحضارة الإسرائيلية وقد ساعدت الجماعات الأوروبية والأمريكية المتقدمة تكنولوجيا في سيطرة الحياة والتقاليد الغربية على المجتمع الإسرائيلي وصبغته بالصبغة الغربية.

ويسيطر الاشكنازيم على الحياة في إسرائيل فمعظم رؤساء الوزارات وجنرالات الجيش منهم وكذلك النخب الإعلامية وزعامات الأحزاب.

ثانياً: السفرديم- اليهود الشرقيون: وهم اليهود الذين هاجروا من دول أفريقيا وآسيا والشرق الأوسط ومعظمهم هاجروا إلى فلسطين بعد سنة 1948 ولم يزد عددهم سنة 1948 عن 10٪ من السكان، ويمتازون بتعصبهم الديني وتدني مستواهم التعليمي والثقافي والحضاري وطموحاتهم محددة بالنسبة للمجتمع وثقافتهم ما زالت مرتبطة باختلاف مصادرهم العرقية ويمتازون بعدم التجانس الحضاري، ويمثل اليهود الشرقيون نموذج الإنسان المحافظ المتدين الذي يكاد يكون رجعياً وكان الهدف وراء هجرة معظمهم لفلسطين رغبة منهم في العيش حياة هادئة وهم محافظون يرفضون التغيير.

واتجاهاتهم الاجتماعية من النوع التقليدي الديني وهم يشكلون عاملاً ضاغطاً في سبيل المحافظة على القيم الشرقية في المجتمع الإسرائيلي والحد من نفوذ الاشكناز والحضارة الغربية.

ثالثاً: الصابرا- مواليد فلسطين: وهم مواليد فلسطين قبل قيام إسرائيل وهم من أصل مختلط شرقيين أو غربيين ونسبتهم تتجاوز 45٪ من السكان وهم يمثلون الجيل الجديد الذين يعتبرون أنفسهم العبريين وينظرون إلى الصهيونية على انها نتاج عقلية الجيتو فهم مشبعون بفكرة الاعتماد على النفس، وبما ان المجتمع الإسرائيلي يقوم على فكرة الرجل المثالي فان الصابرا تعتبر رمز الوطنية ومن أبرز أفراد هذه الفئة موشي ديان، وتمثل الصابرا تركيباً سيكولوجياً متجانساً وتشير لوجود خصائص نفسية

محددة ومتجانسة تميز قطاعاً واسعاً من الشباب الإسرائيلي وينظر إليهم على أنهم بناة إسرائيل الأوائل والمخلصون لحمايتها وتبلغ نسبة التعليم في هذه الطبقة مرتفعة.

رابعاً: الأقلية العربية: وهذه الأقلية تشكل مواطنين من الدرجة الثانية وينظر إليهم على انهم عنصر طارئ داخل المجتمع الإسرائيلي وينقسم العرب الإسرائيليون إلى الفئات التالية:

1) العرب المسلمون ويؤلفون 70٪ من السكان العرب في إسرائيل وتوزيعهم الجغرافي في المناطق الريفية مما يؤثر على فعاليتهم.
2) العرب الدروز وهم عدد قليل ويعيشون بالمدن.
3) العرب المسيحيون ويشكلون نسبة ضئيلة.

خصائص المجتمع الإسرائيلي:

1. المجتمع الإسرائيلي مجتمع إيديولوجي ديني ذو تركيب فاشي حيث ان البيئة الإيديولوجية الاجتماعية تطغى على حياة الفرد وتصبغها بصبغتها الخاصة بشكل تصعب معه الحياة دون الخضوع لتأثيرات هذه الإيديولوجية والبيئة الفاشية للمجتمع، وتسيطر التقاليد اليهودية على المجتمع الإسرائيلي بشكل كبير ويتفوق تأثير التعاليم الدينية وفي أحدى استطلاعات الرأي لمجلة التايمز الأميركية تبين ما يلي:[1]

- 13٪ يصفون أنفسهم بانهم متدينون.
- 47٪ يعتبرون أنفسهم متمسكين بالتقاليد اليهودية ويحافظون على أيام الأعياد.
- 38٪ يعترفون بأن للدين تأثيراً كبيراً.
- 47٪ يعارضون فصل الدين عن الدولة.

1- مرجع سابق، 59.

ويلاحظ ان مؤسسي الدولة غالبيتهم اشتراكيون أو ملحدون أرادوا جعل الدين أحد العوامل والدوافع للعمل أي انهم مجدوا الدين سياسياً حتى ولو لم يعملوا به وفي هذا الصدد يقول هيرتزل "ان جنود الدولة الموعودة سيكونون في ثكناتهم ومؤمنيها سيكونون في هياكلها، كما ان البيئة الفاشية للمجتمع الإسرائيلي احتوت على جميع الأفراد داخل هذا المجتمع بشكل يصعب معه ان تجد إسرائيلياً لا ينتمي إلى تنظيم رسمي أو شبه رسمي وقبل الخدمة العسكرية ينتمي الشباب إلى منظمات الفتوة والشباب" الجادناع" وبعد الخدمة يستدعون كل سنة إلى جيش الاحتياط أو يشكلون المزارعين الجنود في المستعمرات الزراعية "الناحل" كما ان الهستدروت تضم ثلث السكان ومعظم الإسرائيليين حزبيين أو ينتمون إلى الكيبوتز التابعة للأحزاب وبذلك تسيطر بيئة المجتمع على حياة الفرد السياسية والاجتماعية وفي هذا يقول " الوند" إسرائيل دولة ديمقراطية سياسية واجتماعية واستطاعت أن تحظى بولاء مواطنيها واستطاعت ان تعبئهم من الناحية المادية والمعنوية في أوقات الحرب.

2. الطبيعة العسكرية كإحدى مميزات المجتمع الإسرائيلي: فمن خلال قراءة للمشهد الاجتماعي الإسرائيلي تعطينا فكرة عن تجذر العسكرة في المجتمع ونظراً للظروف الخاصة التي تعيشها إسرائيل منذ قيامها فان القيم العسكرية تسيطر على هذا المجتمع وجعلته يثق بالمؤسسة العسكرية باعتبارها الحارسة لوجوده.

وأبرز الأسباب لبروز المؤسسة العسكرية في المجتمع الإسرائيلي تعود إلى ما يلي:[1]

1. التاريخ اليهودي الذي امتاز بكثرة الحروب والكتب المقدسة لليهود شغلت بذكر تفاصيل الحروب وتتبع ميادينها أي ان الشخصية الحربية

1- مرجع سابق، ص 60- 63.

في التاريخ اليهودي كان لها أثر على سيطرة القيم العسكرية وخاصة وان تاريخ إسرائيل الحديث يعطي صورة لتاريخهم السابق في دخول فلسطين عنوة ومحاربة أهلها الأصليين.

2. ظروف إسرائيل الحالية والتركيز على خطر الإبادة حيث يسعى الزعماء الإسرائيليون بالتركيز على خطر الإبادة المحدق بالإسرائيليين ويحاولون إقناعهم بان الحضارة اليهودية المادية والمعنوية معرضة للخطر وهي مرتبطة بمقتضيات الأمن الإسرائيلي.

3. التجنيد الإجباري: حيث تملك إسرائيل أكبر ترسانة عسكرية وجيش مقارنة مع عدد سكانها وتسيطر من خلال ذلك على قوة القوى البشرية في المجتمع ولهذا فان أفضل العقول ستجد طريقها للحياة العسكرية هؤلاء هم الذين سيمثلون قيادات المستقبل نظراً لان معظم جنرالات الجيش والذين سيتقاعدون مبكراً يدخلون الحياة السياسية والمدنية ، هذا بالإضافة إلى التداخل بين الجيش والمجتمع من خلال أنشطة الجيش المختلفة بالمجتمع، وإلى المستعمرات الإسرائيلية التي أقيمت على أساس عسكري.

4. المجتمع الإسرائيلي جمع شتات اليهود من كافة أنحاء العالم وهم يشكلون جماعات غير متجانسة ولا تنتمي لأي حضارة معينة وهذا المزيج الغريب في تركيب المجتمع أوجد عدداً كبيراً من الصراعات داخل هذا المجتمع وهي صراعات شملت كافة المجتمع، ولكن هذه الصراعات العديدة بالإضافة إلى التناقض الأساسي بين مادية الدولية الصهيونية ومثالية العقيدة الصهيونية أدت إلى خلق نوع من العلاقات الاجتماعية التي تقوم على الشعور الدائم بالقلق وعدم الاستقرار، وهذه التناقضات أيضاً وضعت القيود على سياسي إسرائيل وقادتها في الإعلان عن أهدافهم بصراحة ، وهذا الاحتكاك والتناقض بين الجماعات المكونة للمجتمع أدى إلى خلق كيانات اجتماعية وسياسية مختلفة

تشارك جميعها في النظام السياسي الإسرائيلي، وهذه الكيانات أدت إلى تعددت الاتجاهات وتباين موقف القيادات داخل إسرائيل وجعلت المجتمع يموج بتيارات متنوعة من القيادات، فهناك تيار صهيوني عمالي وتيار ديني متعصب ويميني....

5. المجتمع الإسرائيلي مجتمع عنصري يقوم على التعصب العرقي يسود الاعتقاد لدى معظم القادة الإسرائيليين بان الشعب اليهودي شعب متفوق وذو طبيعة خاصة تميزه عن غيره من الشعوب وهم يعتقدون بان الشعب اليهودي له مهمة تاريخية في إعادة بناء الدولة اليهودية التاريخية والتي ستقود العالم إلى الخير والنور، وقد تأكدت هذه الطبيعة العنصرية للمجتمع الإسرائيلي منذ ان تشكل لغاية اليوم حيث ان العنف والقتل والإرهاب ديدن اليهود لتحقيق الأهداف المقدسة لليهود في فلسطين مع تجاهل حقوق الشعب الفلسطيني.
6. الاقتصاد الإسرائيلي اقتصاد مصطنع وموجه لخدمة أهداف سياسية وعسكرية.

وبعد هذا العرض عن المكونات العسكرية والسياسية والحزبية للمجتمع الإسرائيلي يتبين لنا أن معظم القوى السياسية والحزبية والعسكرية الإسرائيلية تتشكل وتتمحور حول الأبعاد الوحدوية التالية:[1]

أولاً: وحدة الايدولوجيا : رغم ان القوى السياسية في إسرائيل تتصف بالتعددية الا انها أحادية الجوهر إذ أن تلك الأحزاب والقوى لا تعدو كونها أجنحة في حزب صهيوني واحد، فما حصل من تناقضات وانشقاقات وتكتلات قوى اليمين واليسار والوسط لا يعدو عن انها حركة سطحية تستهدف الوسيلة للوصول إلى الحكم او لبرنامج فهي تنطلق من أساسات الايدولوجيا

1- الإعلام الإسرائيلي، د. عاطف الرفوع، ص 139- 144.

الصهيونية والتي تعتبر أن إقامة الدولة اليهودية وتحقيق انها العمود الفقري للتوجيه الايدولوجي العام.

ثانياً: النشأة السابقة للأحزاب والقوى السياسية لإسرائيل على المجتمع والدولة: ان جميع الأحزاب والقوى السياسية في إسرائيل نشأت كتيارات سياسية أو تنظيمات عسكرية داخل الحركة الصهيونية قبل قيام الدولة وحتى قبل بدايات الاستيطان الصهيوني في فلسطين، وعملت على تحقيق الأهداف الصهيونية المحدودة والتي ما زالت مستمرة على نفس المنهج بعد قيام الدولة الصهيونية كامتداد لتلك التيارات الفكرية الصهيونية، كما أن هذه الطبيعة للقوى والأحزاب الإسرائيلية قد جعلت منها مؤسسات داخل الحركة الصهيونية وداخل الدولة تمتاز إضافة إلى العمل السياسي بأنشطة تسعى من خلالها للتأثير السياسي والوصول إلى السلطة.

ثالثاً: تعمل القوى السياسية والأحزاب الإسرائيلية في إطار التعددية الحزبية.

رابعاً: غياب دستور مكتوب لتنظيم العلاقات بين مؤسسات الحكم والعلاقات بين السلطة والمواطنين: ان عدم وجود دستور مكتوب في إسرائيل هروباً من وضع حدود للكيان بحيث تبقى مفتوحة للتوسع والضم وأن هناك علامة بين الدولة والمواطنين حيث أن الكيان الإسرائيلي يعتبر نفسه دولة للشعب اليهودي عامة من يسكن فيه ومن لا يسكن فيه، في حين لا تعتبر الدولة الصهيونية المواطنين العرب الأصليين من غير اليهود بالرغم من انهم السكان الأصليين ويحملون جواز سفر الدولة الإسرائيلية منذ قيامها عام 1948سكاناً غير أصليين.

خامساً: انعكاس صراع الأجيال على طبيعة توجهات القوى السياسية في إسرائيل: ان تغيير التركيبة السكانية الإسرائيلية من مجتمع مهاجرين ومستوطنين إلى مجتمع مستقر يؤثر على حركية القوى السياسية.

النظام السياسي في إسرائيل:

يعتبر النظام السياسي الإسرائيلي امتداداً للنظام السياسي الذي كان سائداً في مجتمع ما قبل الدولة وفي هذا الصدد اعتبر "إيغال آلون" بان النظام الإسرائيلي عميق الجذور في مفاهيم الشعب اليهودي وان هذا النظام موجود قبل أن توجد الدولة بمؤسساتها السياسية، ومع إعلان الكيان الصهيوني جرت عدة تحولات على هذا النظام أهمها استقرار الهيكل السياسي للدولة واستقرار وشرعية نشاط المؤسسات السياسية وخاصة الأحزاب، وكذلك جرى تركز للسلطة في أيدي أعضاء النخبة الحاكمة لمواجهة الظروف الخارجية كما هو الحال في الدول الحديثة حيث يقوم أعضاء النخبة الحاكمة والقيادات السياسية بدور كبير في الحياة السياسية وفي توجيه البلاد بعكس الوضع في الدول العريقة بالديمقراطية التي تلعب المؤسسات السياسية الدور الأساسي في ممارسة السلطة والحياة السياسية في المجتمع.

وإسرائيل تزعم انها دولة ديمقراطية من خلال المؤسسات السياسية والقضائية والبرلمانية الموجودة حالياً كالحكومة والبرلمان الكنيست.

والسلطة القضائية، فالسلطة التنفيذية مسؤولة أمام البرلمان "الكنيست" وهما يتحكمان بالسلطة تحت أشراف رئيس دولة رمزي وعلاقة الكنيست بالحكومة تنبع من كون الكنيست هي المنظمة السياسية العليا وان بقاء الحكومة يعتمد على موافقة الكنيست.[1]

ويتشكل النظام السياسي الإسرائيلي من السلطات التالية:

أولاً: السلطة التنفيذية وتنقسم إلى:

1. رئيس الدولة: ويعتبر قمة الهرم في السلطة الإسرائيلية وسلطته فوق سلطة المؤسسات الحكومية من ناحية رسمية ويعتبر رئيس الدولة رمز الدولة ويمثل

1- مرجع سابق، ص 75.

الدولة في الخارج والداخل ويبقى رئيس الدولة خمس سنوات في منصبه ولا يجوز انتخابه لأكثر من مرتين متتاليتين.

2. مجلس الوزراء: يختار رئيس الدولة أكبر حزب في الكنيست ويكلفه بتشكيل الوزارة من خلال التشاور مع الأحزاب السياسية.

ثانياً: الكنيست: وهو السلطة التشريعية في إسرائيل ويتشكل من 120 عضواً منتخبين في انتخابات عامة، ويتمتع الكنيست من ناحية شكلية بسلطات واسعة باعتباره يمثل السلطة الشعبية في المجتمع والممثل لكل فئات المجتمع.

ثالثا: السلطة القضائية: وتتشكل السلطة القضائية من مجموعة من المحاكم المدنية والدينية ترأسها محكمة العدل العليا.

الأحزاب السياسية الإسرائيلية:

ساهمت الأحزاب السياسية الإسرائيلية في خلق وإعداد القيادات السياسية في إسرائيل، ويعتبر زعماء الكيان الصهيوني أنفسهم ممثلين للأحزاب السياسية وليس لمصالح معينة، كما ان معظم الأحزاب السياسية تعتبر نفسها ممثلة لأكثر من جانب من جوانب الحياة داخل المجتمع الإسرائيلي سواء أكان ذلك الجانب المهني أو جماعات الكيبوتز ممثلة في حزب الصهيونيين العموميين أما حزبا المفدال والماباي فيعتبران ممثلين لكافة هذه الجماعات في نفس الوقت، وقد جاء تمثيل هذه الأحزاب لكافة فئات المجتمع من خلال دور الأحزاب في مجال الهجرة فهي التي تستقبل المهاجرين الجدد وتضمن اندماجهم في المجتمع وتؤمن لهم مستلزمات الحياة وهؤلاء المهاجرون يمثلون فئات اجتماعية مختلفة ويشكلون البناء الاجتماعي في إسرائيل مما أكسب هذه الأحزاب الهيمنة على كافة مظاهر الحياة في المجتمع الإسرائيلي وجعلها تتحكم في الحياة السياسية، ويظهر دور القوى الحزبية وتحكمها في مسار الحركة السياسية من خلال الدور الذي تلعبه القوى الحزبية

داخل المباباي في الوقوف أمام نفوذ موشي ديان رغم ما كان يتمتع به من تأييد شعبي.[1]

الخارطة الحزبية للكيان الصهيوني:

قبل ان نتطرق إلى اتجاهات القوى السياسية الإسرائيلية لابد ان نقف أمام جملة من المعايير التي صنفها الباحثون والعلماء حول ماهية الأحزاب الإسرائيلية والتي جاءت بحسب الباحث ماجد الكيلاني على النحو التالي:

1) ماهية الكيان الصهيوني وموقف القوى السياسية من محتواها الاجتماعي هل هي علمانية أم دينية أم قومية تختلط فيها العلمانية بالدين.
2) حدود الكيان الصهيوني ومدى أتساع الاستيطان وطبيعة العلاقات مع الشعب الفلسطيني والأمة العربية ومفهومها للسلام.
3) السياسة الخارجية وتحالفاتها التي يجب ان تكون مرتبطة بالكيان العبري والدور الذي يجب ان تقوم به والمصالح التي يجب ان تخدمها بالنسبة لها ولحلفائها.
4) النظام الاقتصادي الذي تتبناه وهل يقوم على النظام الاقتصادي الاشتراكي أم الليبرالي الرأسمالي.
5) الموقف من الديمقراطية والمساواة والحرية وخاصة حرية الصحافية وحقوق المرأة ثم حقوق المواطنين العربي وموقفهم داخل إسرائيل.

ومن خلال ما تقدم فانه من خلال النظر إلى الأحزاب الإسرائيلية التي تشكلت في إسرائيل من قيام الكيان الصهيوني، ففي عام 1959 بلغ عدد الأحزاب السياسية نحو 26 حزباً سياسياً.[2]

1- النخبة الحاكمة في إسرائيل، بركات، ص 82.

2- أزمة الحرية السياسية في الوطن العربي، د. صالح حسن سميع، دار الزهراء، 1988، ص 10.

وتشير المصادر إلى انه من خلال النظر إلى قائمة الأحزاب الإسرائيلية التي تشكلت منذ قيام الكيان ولغاية الآن تتحصر في خمسة اتجاهات على النحو التالي:[1]

1) التيار العمالي وأبرز أحزابه المباي، أحدوات هاعفوداه، راف.
2) التيار التصحيحي القومي.
3) التيار الديني الصهيوني وأبرز أحزابه الحزب القومي الديني "مزراحي هابوعيل مزراحي".
4) التيار الديني اللاصهيوني.
5) تيار القوى السياسية العربية وأبرز أحزاب هذا التيار "حزب التقدم والنماء، الزراعة والإنماء التعاون والإخاء وهذه الأحزاب مرتبطة مع حزب ماباي والأرض.

وهناك باحثون صنفوا الأحزاب الإسرائيلية على النحو التالي:

1) **الاتجاه اليساري:** وتندرج فيه القوى السياسية التي تدعو إلى إطلاق العملية السلمية مع العرب والفلسطينيين ويقوم برنامج هذا الاتجاه على الانسحاب من المناطق الفلسطينية المحتلة أو جزء منها بغض النظر عن مبادئها ومواقفها.
2) **الاتجاه اليميني:** وتندرج فيه القوى السياسية التي تعارض الانسحاب من أي جزء من المناطق المحتلة وتدعو إلى ضمها إلى إسرائيل عاجلاً أم آجلاً.
3) **الاتجاه الماركسي:** ويضم الأحزاب الشيوعية والمباي.
4) **الاتجاه الديني:** وتندرج فيه الأحزاب الدينية الصهيونية وغير الصهيونية.[2]

1- الإعلام الإسرائيلي، غازي السعدي، ص 44.

2- لمزيد من الإطلاع انظر: المرجع سابق، ص 145- 146.

مميزات النظام السياسي الإسرائيلي:

بعد هذا العرض عن النظام السياسي في الكيان الصهيوني فان هذا النظام يتميز بما يلي:[1]

1) يمتاز النظام السياسي الإسرائيلي بانه ممتزج بالايدولوجيا الصهيونية التي تحدد وتضع البرامج لدولة إسرائيل ومستقبلها وتستند هذه الإيديولوجية إلى الماضي اليهودي والدين للحصول على المساندة العاطفية.

2) يوصف النظم السياسي الإسرائيلي بالوحدة والتماسك الذي يربط بين أجزاء النظام السياسي خاصة في المواقف الحاسمة رغم ان هذا النظام يعتمد على النظام الحزبي التعددي والمتباين لكن هذه الأحزاب في الحقيقة شكلت القنوات اللازمة لتعبر المجموعات اليهودية غير المتجانسة عن نفسها وتشارك في العملية السياسية بشكل جعل النظام السياسي الإسرائيلي هو التجسيد الإيديولوجي والاجتماعي للفئات المكونة للمجتمع وتساهم فيه الإدارات الجزئية من خلال الأحزاب.

3) النظام السياسي يعتمد على نظام الوزارة والبرلمان الذين يتحكمان في السلطة من ناحية رسمية ولكن في الحقيقة هناك نخب حاكمة قليلة العدد تتكون من أعضاء في حزب الماباي والعسكريين وبعض الوزراء يتحكمون في الحياة السياسية وهذا يكشف زيف الإدعاءات الإسرائيلية بديمقراطية النظام السياسي والتي هي ديمقراطية شكلية فقط.

4) استقرار وثبات السلطة السياسية، ويلاحظ انه رغم تغير الوزارات وتعدد الأزمات السياسية فان المراكز القيادية بقيت دائماً في أيدي محدودة والتي تمثل استمرارية ثابتة ترفض التذبذب، وفي نفس الوقت ترفض ديكتاتورية الفرد.

1- النخبة الحاكمة في إسرائيل، بركات، ص 87- 88.

5) نظام الحكم في إسرائيل يمتاز بانه تركيب مدني وذو محتوى سياسي من ناحية شكلية يخضع الجيش فيه للسلطات المدنية ويعتمد على التقاليد الديمقراطية في الفصل بين السلطة العسكرية والمدنية، ولكن من ناحية عملية فان المؤسسة العسكرية تسيطر على الحياة السياسية في إسرائيل، وقد زاد دورها بشكل بارز بعد حرب 1967.

6) يوصف النظام السياسي الإسرائيلي بانه نظام فريد من نوعه يجمع ما بين المفهوم المتداول حالياً للدولة الجديدة والتي قصد بها تلك الدولة التي استقلت بعد الحرب العالمية الثانية وبين مفهوم الدولة القديمة اذا ان النظم السياسية الإسرائيلية وجدت قبل نشأة الدولة وهي انعكاس للأوضاع الاجتماعية للأقلية اليهودية في المجتمعات التي عاشوا فيها ورغم ان القادة الإسرائيلية قادة كبار في السن فان النظام الإسرائيلي يوصف بانه نظام عصري يعتمد على التنظيمات الحديثة التي تساعد على فعالية النظام السياسي.



الإعلام الصهيوني ودوره في الإعلام الدولي

استثمر قادة الحركة الصهيونية العالمية أهمية الإعلام في غسل دماغ الرأي العام العالمي وخاصة الأمريكي منه والأوروبي وتغيير صورة اليهودي المنعزل، القذر، الطماع، الأناني، البخيل، الماكر، الخبيث، سفاك الدماء إلى صورة الإنسان الواعي المبدع العبقري، وفي غمرة اهتمام الحركة الصهيونية بالإعلام فقد أعتبر الحاخام اليهودي "راشورون" في خطاب ألقاه في مدينة براغ قائلاً "اذا كان الذهب هو قوتنا الأولى للسيطرة على العالم فان الصحافة ينبغي ان تكون قوتنا الثانية.

وعلى ضوء ذلك فان أهمية الإعلام أخذت مكانها في الخطاب الصهيوني منذ مقرات المؤتمر الصهيوني الأول الذي عقد في بازل عام 1897 حيث استثمر قادة المؤتمر وعلى رأسهم الصحفي "ثيودر هيرتزل" أهمية الإمساك بالإعلام لنشر أفكار المؤتمر الصهيوني. وتحسين صورة اليهود، فقد تمخض المؤتمر الصهيوني الثاني عشر عن أهمية الإعلام وضرورة السيطرة على وسائل الإعلام والصحافة والاتصال، فقد احتوت بروتوكولات حكماء صهيون والتي عرفناها في الفصل السابق على محور رئيسي بالإعلام فالبروتوكول الثاني عشر نص على ما يلي:[1]

1) ان القنوات أي وسائل الإعلام التي يجد الفكر الإنساني ترجماناً له يجب ان تكون خالصة في أيدينا.
2) أي نوع من أنواع النشر والطباعة يجب ان تكون تحت سيطرتنا.
3) الآداب والصحافة أعظم قوتين إعلاميتين وتعليميتين خطيرتين ويجب ان تكون تحت سيطرتنا.
4) يجب ان لا يكون لأعدائنا وسائل صحفية يعبرون فيها عن آرائهم واذا وجدت فلابد من التضييق عليها بجميع الوسائل لكي تمنعها من مهاجمتنا.

1- السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية، زياد أبو غنيمة، ص 10- 13.

5) لن يصل طرف من خبر إلى المجتمع من غير ان يمر علينا، فالأخبار تتسلمها وكالات قليلة تتركز فيها الأخبار من كل إنحاء العالم، وحينما نسيطر عليها لن تنشر إلا ما نختاره نحن.

6) لابد لنا من الهيمنة على الصحافة الدورية حتى تصبح طوع أيدينا تهيج عواطف الناس حين نريد، وتثير المجادلات الحزبية الأنانية التي تخدم مصالحنا حين نريد ونسيطر بواسطتها على العقل الإنساني.

7) ستكون لنا جرائد وصحف شتى تؤيد الطوائف المختلفة من ارستقراطية وجمهورية وثورية بل وفوضوية أيضاً وستكون هذه الجرائد مثل الآلهة الهندي "فشنو" لها مئات الأيدي وكل يد ستجس لنا نبض الرأي العام المتقلب.

8) سنصدر نشرات تهاجمنا وتعارضنا ولكن بتوجيه اتهامات زائفة ضدنا مما سيتيح لنا الفرصة لكي نقنع الرأي العام بان كل من يعارضنا لا يملك أساساً حقيقاً لمناهضتنا وانما يعتمدون على الاتهامات الزائفة.

9) يجب ان نكون قادرين على إثارة العقل للشعب عندما نريد إثارته وتهدئته عندما نريد وسنفعل ذلك بطبع ونشر الأخبار الصحيحة أو الزائفة حسبما يوافق غرضنا وسننشر الأخبار بطرقنا الخاصة بحيث يتقبلها الشعب ويصدقها ولكننا يجب ان نحتاط جيداً قبل ذلك لجس الأرض قبل السير عليها.

وقبل ذلك فان سيطرة الصهاينة على وسائل الإعلام جاءت قبل مقررات بروتوكولات حكماء صهيون حيث تشير المصادر إلى وجود نشرة شهرية أصدرتها جمعية نشر المسيحية بين اليهود في شهر نيسان 1846 أي قبل انعقاد المؤتمر الصهيوني الأول بنصف قرن وقد ورد النص التالي:

ان الصحافة اليومية السياسية في أوروبا واقعة إلى حد كبير تحت سيطرة اليهود واذا حاول أحد ما ان يجازف ويسعى للوقوف في طريق اليهود للاستيلاء

على القوى السياسية فان سرعان ما يتعرض للهجوم من قبل الصحف الرئيسية في أوروبا.

والأهم من ذلك وسبق ان أكدناه فقبل ان تبرز الحركة الصهيونية كحركة سياسية عنصرية لم يتوان اليهود في يوم من الأيام في محاولة إخضاع العالم كله أجمع لإرادتها، فقد انطلقت أهداف الإعلام الصهيوني الدعائي كما جاء في بروتوكولات حكماء صهيون بالقول: ان صحافتنا تقوم بفضح الحكومات والهيئات غير اليهودية الدينية وغير الدينية بشتى أنواع المقالات الكاذبة التي حررت بقصد الحط من قدرتها...

لقد عرف اليهود كيف يستخدمون الإعلام الدعائي من خلال أساليب الخداع والتشنيع والابتزاز وهي من أبرز صفات اليهود وستبقى إلى ان يستيقظ المجتمع الدولي ويشعر بخطر الصهيونية ولكن قبل فوات الأوان.

لقد تمكنت الحركة الصهيونية العالمية وحكوماتها السرية الماسونية وجمعيات "بناي برت" ولاحقاً الصهيونية وهي مدعومة بالذهب الذي سيطر عليه اليهود منذ أواسط القرن التاسع عشر واستطاعت ان تحقق نجاحاً في أوروبا والولايات المتحدة وان تحكم كل من بريطانيا وفرنسا والولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي من وراء ستار.

هذا وقد انطلق الإعلام الصهيوني الدعائي للسيطرة على الإعلام العالمي من خلال البوابة الاقتصادية على النحو التالي:[1]

1) مصادر الذهب في جميع إنحاء العالم بواسطة آل روتشليد الذين انتشروا في كل من بريطانيا وفرنسا وألمانيا والولايات المتحدة وبواسطة أصحاب الملايين أمثال: ماندلسون باروخ، خرانكفورتر، لازراد شيف، مرجانتو، جامت سيلجمان، شتراوس، روكفلر، وغيرهم من أغنياء وأثرياء اليهود.

1- الإعلام الصهيوني وأساليبه، د. محمد حوات، ص 44- 45.

2) السيطرة على إصدار النقد في كل الدول الأوروبية والولايات المتحدة لان البنوك اليهودية هي التي كان في قدرتها ان تمول مثل هذه المشاريع.

3) السيطرة على مناجم الألماس والفضة والنحاس والنيكل في العالم.

4) السيطرة على تجارة الأفيون في العالم بواسطة "آل ساسون".

5) السيطرة على صناعة الأفلام السينمائية والتلفزيونية وتوجيهها للغاية المنشودة وهي تحطيم الأخلاق والأديان والفضائل عند الشعوب.

6) السيطرة على المبادلات التجارية بين الدول وتقدير قيمة الفوائد والإرباح والكومسيون التجاري.

7) السيطرة على الموضة والأزياء من أجل تخريب البيوت العامرة وتدمير الحياة الزوجية نتيجة للإسراف ومجاراة الموضة والقضاء على الازدهار.

8) السيطرة على أخطر طريقين بحريين في العالم هما قناة السويس وقناة بنما فقد اشترى اليهود معظم أسهم هاتين الشركتين في صفقة واحدة دفع "روتشليد" ورفيقه "سلجمان" 150 مليون دولار ثمناً لأسهم في شركة بنما سنة 1879.

9) السيطرة على تجارة الحبوب ومعظم المواد الغذائية في كل من فرنسا وبريطانيا وكندا وأمريكا.

10) السيطرة على معظم البنوك في بلدان أوروبا وأمريكا وخاصة بريطانيا وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية سنة 1926 بمبلغ نصف مليون دولار يملك آل روتشليد منها بـ 300 ألف مليون دولار بينما قدرت ثروة الأغنياء الكبار من غير اليهود بمبلغ 125 ألف دولار.

11) موّل الأثرياء اليهود معظم الحروب الأهلية والثورات التي حدثت في روسيا وأسبانيا وفرنسا وألمانيا وإيطاليا ومولوا الحربيتين العالميتين الأولى والثانية كما مولوا الحروب في كوريا وفيتنام والشرق الأوسط وإسرائيل وخرجوا من جميع الكوارث والنكبات الكونية رابحين.

وفي المجال السياسي سعى الصهاينة للسيطرة على جميع الأحزاب والحكومات الشيوعية والاشتراكية والديمقراطية بواسطة "أسر بليشيا" وصموئيل وساسون " في بريطانيا ومورجانتو وبروكنز وفرانكفورت وباروخ في أمريكا وابشتاين وهيمان، في بلجيكا وزاموراو وروزيزج في أسبانيا وكاجا نوفيتش ولتفيوف وكاراجاتز وتروتسكي في روسيا.[1]

سيطرة الصهاينة على الإعلام البريطاني:

كل ما سبق ذكره فقد تمكن الصهاينة من السيطرة على وسائل الإعلام العالمية، ففي بريطانيا تنبه الصهاينة إلى الصحافة بعد الذهب والإسترليني فقد وقعا في قبضة الصهاينة، فكانت الصحافة هي السلاح الفعال الذي أوجده الذهب اليهودي من أجل تحقيق أهداف الحكومة والمنظمة الصهيونية السرية وقد بدأت سيطرة الصهاينة على الصحافة البريطانية منذ أواخر القرن الثامن عشر، فمنذ ان أنشئت صحيفة التايمز اللندنية عام 1788 سعى الصهاينة لبسط نفوذهم عليها بواسطة المال الذي كان يختزنه روتشليد ويبذله في سبيل الحصول على منافع كثيرة لليهود ولم يخلُ تاريخ جريدة التايمز منذ إنشائها حتى يومنا هذا. من وجود رئيس تحرير يهودي على رأسها أو محرر رئيسي للشؤون الخارجية أو المحلية أو محرر للشؤون الخارجية أو السياسية، وحينما آلت ملكية التايمز للشركة عام 1908 كان أبرز أعضاء تلك الشركة هم اليهود التالية أسماؤهم:

1) الفيكونت نور تكليف.
2) السير جون الرمان.
3) ارنهولز.
4) السير بومري برتون.

1- مرجع سابق، ص 45- 46.

ومنذ ان أنشئت جريدة التايمز عجوز جرائد بريطانيا كانت معول هدم بأيدي الصهاينة والحكومة الصهيونية السرية تسير حسب الطلب الذي يرسمه شياطين الصهاينة من وراء ستار أو علن من غير خوف أو حياء.

وفي عام 1855 أنشأ الصهاينة جريدة الديلي تلغراف بعد ان اشتراها اليهوديان "موريس ليفي، وليفي لاوسن" وسارت الجريدة على خطة التايمز في خدمة اليهودية العالمية ولم تخرج عن الخطة.

هذا وقد تمكن الصهاينة من السيطرة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على الصحف التالية:

- "الديلي اكسبرس".
- النيوز كرونيكل.
- الديلي ميل.
- الديلي هيرالد.
- المانشترز جارديان.
- يوركشايد بوست.
- ايفننج نيوز.
- ايفننج ستاندارد.
- الاوبزيرفر.
- نيواوف ذي ورلد.
- صنداي اكسبرس صنداي رفري.
- صنداي تايمز.
- صنداي كرونيكل.
- ذي بيبل.
- جون بول.
- صنداي نيوز.
- مكنتش.

- ذي سفير.
- ذي جرافيك.

كما واخضعوا نحو خمسين جريدة ومجلة يومية وأسبوعية وشهرية يهودية خالصة تحمل أسماء صهيونية ويهودية صراحة.[1]

كما وأشارت المصادر إلى ان صحيفة ذي غرافيك البريطانية في عددها السادس والعشرين من شهر تموز عام 1879 أكدت ان صحافة القارة الأوروبية كانت واقعة إلى حد كبير تحت سيطرة اليهود.[2]

ففي بريطانيا الدولة الاستعمارية التي احتضنت المشروع الصهيوني وتبنته وسوقته إلى ان قامت دولة الكيان الصهيوني عام 1948 ولذلك ترعرعت الصهيونية في مراكز النفوذ البريطاني، فقد بدأت الصهيونية للسيطرة على سوق الصحافة فقد بدأت بالسيطرة على أعرق وأهم منابر الإعلام الورقي وتمثل ذلك في صحيفة التايمز منذ ان أنشأت عام 1788 فقد سعى اللورد الثري البريطاني اليهودي "روتشليد" لإغراء صاحب الجريدة "جون والتر" ليتم السيطرة عليها في خدمة الصهيونية تمهيداً للسيطرة على باقي أقسام الصحيفة وبالتالي من أملاك الصهيونية لتصبح ملكاً لهم، ففي عام 1908 تحولت ملكيتها إلى اليهودي "الفيكونت نورثكيليف" والسير جون وارنهولز" والسير بومري" "بينرتون"، ثم تمكنت استر اليهودية بشراء جزء كبير من أسهم التايمز عام 1916 وقد انعم على الأخ الأكبر في عائلة استر بلقب كونت، وبذلك تحولت التايمز منبراً إعلامياً للصهاينة بل قل بوقاً من أبواق الحركة الصهيونية العالمية.

ومن جهة أخرى لابد وان نشير إلى اليهودي "روبرت مردوخ" صاحب شركة نيوز انترنا شيونال الذي حرص على إتمام الصفقة حيث تعرضت الصحيفة إلى أزمات مالية متلاحقة حيث تمكن من إنقاذ التايمز بعد ان تحمل خسائرها والبالغة 45 مليون جنيه إسترليني، هذا ويمتلك مردوخ الذي يطلق عليه أمبراطور الإعلام مجلة الصن ومجلة نيوز

1- مرجع سابق، ص 46- 48.

2- مرجع سابق، ص 14- 15.

أوفاذي ورلد، كما ويمتلك مجلات وصحف ومحطات تلفزة وإذاعات وصحف أبرزها كذلك نيويورك بوست ومجلة استار ومجلة ذي نيوزويك ماجزين....

فمن يسيطر على سوق الإعلام قطعاً سيسيطر على الساسة والنخب السياسية والاقتصادية ويتمكن في النهاية من قيادة الرأي العام البريطاني كما يسيطر اليهود على صحيفة "الديلي تلغراف" "ومجلة الانكونومست، والديلي أكسبرس، والنيوز كرونيكل، والديلي ميل، والديلي هيرالد، والمانشيتر، غارديان، ويور كشاير بوست، وايفننج نيوز والابزيرفر، وصنداي ريفري، وصنداي اكسبرس، وصنداي كرونيكل، وذي صنداي، بيل، وجون بل، وصنداي ديسباتش، وذي سكتش، وذي سفير، وذي جرافيك.

كما وأمتلك اليهود في بريطانيا مجلة "جويش كرونيكل" التي تأسست عام 1841 وصحيفة جويش فانغارد التي تبنت الدعوة إلى مبادئ الصهيونية العالمية بإقامة دولة إسرائيل الكبرى.

وللدلالة على سيطرة اليهود على الصحافة البريطانية فقد نشرت إحصائية عام 1981 بان مجموع ما يتم توزيعه من صحف يومياً في بريطانيا 15 صحيفة ومجلة معظمها يقع تحت أبط الصهيونية حيث يسيطر اليهود على 32 مليون و 867 ألف نسخة.[1]

سيطرة الصهاينة على الصحافة الأمريكية:

يعد ان تراجع دور بريطانيا بعد الحرب العالمية الثانية واضمحل تأثيرها الدولي دخلت الولايات المتحدة إلى الساحة الدولية كأهم دولة في العالم، وبذلك فقد وطد اليهود والصهاينة علاقاتهم مع القيادات السياسية والإعلامية والاقتصادية والثقافية، وقبل ذلك فان التأثير اليهودي على مراكز القرار في الولايات المتحدة الأمريكية كان بارزاً للعيان، وأبرز الصحف الصهيونية التي ظهرت في الولايات

1- لمزيد من الاطلاع انظر السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية، زياد أبو غنيمة، ص 25- 32.

المتحدة الأمريكية هي صحيفة "برج صهيون للمراقبة" التي أصدرها تاجر يهودي أسمه "تازرسل" وهو مؤسس حركة الرسليين والتي تحولت إلى حركة "شهود يهوه"، وفي عام 1896 سيطر الصهاينة على صحيفة "نيويورك تايمز" والتي تبنت أهداف المشروع الصهيوني في فلسطين فقد كتب بها الصهيوني وايزمان مقالة في 1923/2/4، ثم تمكن الصهاينة من إخضاع صحيفة الوشنطن بوست والسيطرة عليها عام 1933، كما سيطر الصهاينة على صحف الديلي نيوز والنيويورك بوست وستار ليدجر، وصن تايمز.[1]

ومن جهة أخرى فإن سيطرة الصهاينة على الصحافة الأمريكية ظاهرة متميزة فهم يحتلون فيها مراكز متقدمة كما أشرنا سابقاً وبالرغم من ان جمعية محرري الصحف الأمريكية تشتمل على ثمانمائة عضو وان حضور اليهود الصهاينة لا يشكلون فقط 20٪ صحفياً إلا ان هذه الأقلية تمتلك مفاتيح السيطرة على شارع الصحافة الأمريكية وبالتالي السيطرة على ينابيع الرأي العام ومصباته الداخلية والخارجية وخاصة الصحفيين "موزنتال اوكس، وجان اوكس" الذين يعملان في صحيفة التايمز، وهوارد سايمنز، ووينغ غرانفليد في الوشنطن بوست وليبمان ديفيدر لورنس الشهيران، وقد وصل الصهاينة لأول مرة لرئاسة الجمعية عام 1969، وأكثر صحيفة سيطر عليها اليهود هي "نيويورك تايمز وهي سيدة الصحافة الأمريكية.[2]

وفي هذا الصدد يكون الحدث الصهيوني الذي تريد أن تنشره ماكنة الدعاية الصهيونية يفرد له كل الاهتمام، بالمقابل لا يذكر المحرر في هذه الصحيفة عن مواجهات المواطنين العرب في فلسطين إلا القليل كما ان الصهيونية سعت بان يكون أكبر عدد من الكتاب والمحللين ممن يؤمنون بالعقيدة الصهيونية أي انهم صهاينة أتقياء، وقد كشف لنا الباحث محمد نوري شفيق في كتابه الدعاية الصهيونية المنظمة ملاحظات كثيرة عن حسن استخدام الصهاينة للصحافة

1- مرجع سابق، ص 33- 43.

2- الإعلام اليهودي المعاصر، د. يوسف محيي الدين أبو هلالة، دار الرسالة، ص 18- 19.

الأمريكية وكيف تمكنوا من توجيهها حيث قدم لنا عرضاً مميزاً عن دور الدعاية الصهيونية في السيطرة على قطاع الصحافة على النحو التالي:

فالمحرر السياسي في صحيفة نيويورك تايمز يقوم بالانحياز إلى الرواية الصهيونية "عينك عينك" فمثلاً اذا حدثت مواجهة على الحدود العربية الإسرائيلية وقتل نتيجتها الإسرائيليين جاءت التغطية الصحفية بإبراز عدد قتلى اليهود وهو القاتل، ويستخدم المحرر مصطلح الذبح بدل القتل، بالمقابل حينما يذبح اليهود العرب فان المحرر ينشر مقتل عدد من العرب، كما واستخدام المحرر هذا النوع أثناء تغطية المقاومة المغربية ضد الاحتلال الفرنسي نفس المقاييس فاذا قتل فرنسيون يأتي الخبر على النحو التالي:

1) الإرهابيين المغاربة يذبحون الجنود الفرنسيين.
2) صحيفة نيويورك تايمز تضع القارئ أمام كل التفاصيل المتعلقة بالإنشاءات والتنمية والتعمير في إسرائيل لحث رؤوس الأموال اليهود للاستثمار في الكيان الصهيوني.
3) تحريض المجتمع الدولي على العرب والمسلمين فأحد الكتاب الصهاينة كتب في مجلة "نيوزيلك" في شهر آذار عام 1954 بأن العرب والمسلمين في كل من مصر ولبنان يلتهموا لحم المسيحيين.
4) تصوير الجيش الإسرائيلي بانه جيش إنساني وانه يعامل الأسرى العرب معاملة حسنة تمتاز باللطف والإحسان.[1]

هذا وقد أجريت دراسة تحليلية في الولايات المتحدة الأمريكية على 60 صحيفة أمريكية تبين ان ثلثي الصحف الأمريكية تنشر يومياً أعمدة على الأقل عن إسرائيل والصهيونية إضافة إلى ثماني صحف تنشر اقتراحات بأعمال غير قانونية لصالح الصهيونية.

1- الدعاية الصهيونية المنظمة، محمد نوري شفيق، ص 40- 54.

كما وسعى الصهاينة لفرض سيطرتهم على شبكات التلفزة ومحطات الإذاعة في الولايات المتحدة الأمريكية لما لهاتين الوسيلتين من أهمية كبيرة في الدعاية الصهيونية حيث استخدموا هاتين الوسيلتين بعناية وإتقان خاصة وان أهم محطات شبكة التلفزة تقع ضمن دائرة السيطرة الصهيونية في الولايات المتحدة وتشمل:

1) شبكة NBC.
2) شبكة BNC.
3) شبكة CBS.
4) شبكة MBS.

ان خطورة تبني الإذاعة والتلفزة في الولايات المتحدة وجهة نظر الصهيونية هذا يعني ان الرواية العربية غير موجودة على جدول أعمال الإعلام الدولي والأهم من ذلك ان الدعاية الصهيونية متمكنة في المجتمع الأمريكي وقادرة على إقناعه بالرواية الصهيونية.

سيطرة الصهيونية على الإعلام الفرنسي:

قبل ان نتحدث عن سيطرة الصهيونية على الإعلام الفرنسي لابد من الإشارة كيف تمكن الصهاينة من السيطرة على الواقع السياسي الفرنسي، فقد بدأت سيطرة الصهاينة على الجوانب السياسية الفرنسية في أعقاب الثورة الفرنسية التي اشتعلت عام 1789 حيث مول اليهود تلك الثورة بواسطة اثريائهم من خارج فرنسا بواسطة "بنجامين جولد سميث" وأخيه ابراهام وموسى مونتغفري" من لندن وبواسطة "دينال انزك" وديفيد فرايدلاندر وهرز شربير من برلين.

سير خطة الصهيونية في فرنسا:

سار الشعب الفرنسي في الطريق الذي رسمته اليهودية العالمية وهو طريق الخراب والهلاك فقد انغمس الفرنسيون في حياة الترف والفجور بحجة المدنية النابعة من باريس مدينة الموضة السنوية والأزياء وأدوات الزينة والتجميل وأصناف الخمور الجيدة وملاهي الدعارة والانحلال والإباحية، وكما تشير الباحثة منى ياسين في مقال نشرته في مجلة الدراسات الإعلامية عدد 72 سنة 1993 ففي أقل من نصف قرن حول اليهود الفرنسيون فرنسا إلى مأخور "أي بيت سري للدعارة" يؤمه جميع طالبي المتعة الحرام من مختلف بقاع الأرض، فقد تخنث الشعب الفرنسي وأصبح لا يهمه إلا المتعة والرفاهية التي أوجد اليهود جميع أسبابها ومغرياتها وسار الفرنسيون في طريق الضعف والانحلال والميوعة ولكن المستفيد الأول من هذه البلاء الذي حلّ بفرنسا هم اليهود الذين هيمنوا على تجارة فرنسا واقتصادها وسياستها وثقافتها وصحافتها ونفذوا عملية تخريبها بدقة ونجاح وإتقان وكان طبيعياً أن تنحدر فرنسا من القمة إلى الحضيض، وان تخسر جميع الحروب التي اشتركت فيها وان انتصرت يكون ذلك على حساب غيرها من الانجليز والأمريكيين، وكانت حصيلة الحرب العالمية الأولى والثانية نفوذاً صهيونياً رهيباً في فرنسا وسيطرة صهيونية سرية حيناً وعلنية أحياناً حتى غدت فرنسا مستعمرة محتلة للصهاينة، وأكثر الدلائل على السيطرة الصهيونية كان في المجال السياسي والاقتصادي والعسكري بل القول التغلغل الصهيوني السياسي والعسكري والاقتصادي في فرنسا وبرزت من خلاله الشخصيات الفرنسية الصهيونية التي وصلت إلى مركز القرار في فرنسا:[1]

1) **ليون بلو** : وصل إلى رئاسة الوزراء الفرنسية.
2) **فنسان اوريول**: وصل إلى رئاسة الجمهورية.
3) **منديس فرانس**: وصل إلى رئاسة الوزراء.

1- السيطرة الصهيونية على الإعلام، د. الحوات، ص 50.

4) **موريس توريز**: رئيس الحزب الشيوعي الفرنسي.

5) **موريس شومان**: وزير أكثر من مرة.

6) **جاستون بالونسكي**: وزير الطاقة الذرية.

7) **مانئو**: سكرتير الجنرال ديغول.

8) **ادجار فور**: وصل إلى رئاسة الوزراء.

9) **جاك سويتل**: حاكم الجزائر "المشهور".

10)**الادميرال لوي** : كان رئيس حلف شمال الأطلسي وسكرتير القوات المسلحة الفرنسية.

كما وسعى الصهاينة للسيطرة على الصحافة الفرنسية فمنذ ان بدأ التغلغل الصهيوني في فرنسا اتجه الصهاينة إلى العصب الخطير في الدولة وبمساعدة المليونير "روتشليد" أسهموا في جميع الصحف الفرنسية وفرضوا عليها رؤساء تحرير ومحررين مسؤولين عن الشؤون السياسية والاقتصادية ولم يكتف الصهاينة بالسيطرة على الصحف الفرنسية وانما انشأوا صحفاً يهودية يومية خالصة ومجلات أسبوعية وشهرية بعضها باللغة اليهودية والأخرى بالفرنسية فقد بلغ عدد الصحف والمجلات اليهودية الخالصة 36 يضاف إليها الصحف الفرنسية الكبرى التي سيطر الصهاينة على مقدراتها وبذلك أصبح الصهاينة قادرين على توجيه سياستها لمصلحة اليهود أنفسهم وليس لمصلحة فرنسا، وقد كان تأثير الصهاينة على الصحافة الفرنسية وما زال رهيباً فرض غشاوة كثيفة على عيون الفرنسيين فلم يعد أحد منهم يرى الا بمنظار كوهين وحاييم.[1]

كما سعى الصهاينة بالسيطرة على الصحافة الفرنسية وأبرز المجلات الصهيونية في فرنسا مجلة نوفو كاييه، ومجلة الدفاتر الجديدة، كما وتبنت صحيفة "Leiliras Paroles" الصادرة عام 1934 وجهة النظر الصهيونية العالمية وكانت تفسح صدر صفحاتها لليهودي الصهيوني "فلاديمير جابوتنسكي" كما

1- مرجع سابق، ص 51.

وسيطر الصهاينة على صحيفة "Pariser Tageblatte" كما وسيطر الصهاينة على مجلة "LeDroitde Vivre" ، كما وطال النفوذ الصهيوني صحيفتي "ليفاردو" ، ولو لويزيان.

كما ويملك الصهاينة صحيفة مثل صحيفة "فرانس سوار" التي يزيد توزيعها اليومي عن مليون نسخة ويملكها "بيارلازرداريف" وهو يهودي صهيوني يسيطر على مجموعة مهمة من الصحف الفرنسية وهناك صحيفة الاورو التي يملكها اليهودي "لازيرك" بالإضافة إلى تغلغل الصهاينة في المؤسسات الصحيفة الفرنسية فلا تخلو صحيفة غير يهودية من بضع عشرات من المحررين اليهود كما انه من النادر ان تجد صحيفة لا يكون المسؤول فيها عن سياسة الشرق الأوسط غير صهيوني.

السيطرة الصهيونية على الإعلام الإيطالي:

تمكنت الصهيونية من التغلغل في أجهزة الإعلام حيث أصبح معظم العاملين في الإذاعة والتلفزيون من الصهاينة الذين يسيطرون على دور النشر فرأسمال أكبر شركتين للإعلان في إيطاليا وهما شركة "سبي" وشركة "سيب" حيث أصبحا ملكاً للصهيونية بنسبة مائة بالمئة وقلما تجد صحيفة أو مجلة إيطالية واحدة على أية إعلانات عن غير طريق الشركتين السابقتين.

السيطرة الصهيونية على الصحافة الهندية:

أسفرت الزيارة التي قام بها رئيس المنظمة الصهيونية العالمية "يسرائيل كوهين" إلى الهند عام 1931 عن توحيد الجمعيات اليهودية المتطايرة في جمعية واحدة أطلق عليها جمعية "بني إسرائيل" وقد بلغ عدد أعضائها 9000 عضو، وقد شارك رئيسها "البرت تاليجوكسر" في أعمال المؤتمر الثامن للحركة الصهيونية الذي عقد في تل أبيب.

وتشير المصادر إلى ان الاختراق الصهيوني للصحافة الهندية حيث تم اختراق أبرز نجوم الصحافة الهندية كأمثال "مهراج ك. شوبرا" المراسل الحربي لصحيفة "انديا اكسبرس" وهناك صحفي آخر أسمه "شحنا" يعمل محرراً في صحيفة "تايمز اوف انديا" والصحفي "ت. شيكار" المحرر في انديا اكسبرس، ويعتبر "ن. شيف" المحرر في صحيفة "هندو" من أشد الصحفيين الهنود حماساً للصهيونية، كما تمكن الصهاينة من بسط نفوذهم على رئيس تحرير صحيفة "ناكبور تايمز" المدعو "ماردك" وكان الأخير يشغل منصب رئيس تحرير صحيفة "يونا هيرالد".[1]

الاختراق الصهيوني للصحافة الصينية:

للصهاينة حضور في سوق الصحافة الصينية، فقد صدرت صحيفة رسائل إسرائيل في شنغهاي، ومن أبرز ما جاء في العدد رقم 7 شباط 1930 "ان اليهودية والقومية يسيران جنباً إلى جنب لانهما تشكلان وحدة كاملة، ان العرق اليهودي عرق أصيل لا يقبل الامتزاج وكل يهودي عليه ان يتمسك بعضويته في صفوف الأمة مهما كانت نزعته، وهنا يكمن سرّ بقاء شعب إسرائيل وسرّ استحالة انهزامه رغم كل ما تألبت عليه من القوى.[2]

سيطرة الصهاينة على الإعلام التركي:

سيطر الصهاينة في سوق الإعلام التركي وخاصة على الصحافة التركية فقد امتلكوا صحفاً عديدة واهم هذه الصحف ما يلي:[3]

1) جريدة حرّيت اليومية والتي توزع يومياً مليون نسخة وهي تصدر عن مؤسسة حريت للصحافة والنشر.

1- مرجع سابق، ص 49.

2- مرجع سابق، ص 49.

3- مرجع سابق، ص 37- 38.

2) جريدة كون ايديه وتعني صباح الخير وهي صحيفة يومية تطبع خمسمائة وسبعين ألف نسخة يومياً.
3) جريدة "مليت" التي تتبع مجلة الفن الأسبوعي وتصدر عن دار نشر مليت المعروفة بسلاسها المشهورة.
4) جريدة جهوريت اليسارية والتي يطلق عليها برافدا تركي.

ومن هنا فالمصادر تشير إلى ان المنظمة الصهيونية العالمية قامت بتمويل صحيفة التركي الفتي فقد عمد الصهاينة إلى إسناد رئاسة تحريرها إلى ناشر اسمه "جلال نوري بك" أحد الوجهاء المتنفذين وابن وزير تركي وحينما انضم فلاديمير جاوبتنسكي إلى مكتب الأستانة بناء على توجيه من "جاكوبسين" كانت شبكة الصحف التركية التي يسيطر عليها الصهاينة منذ منتصف عام 1909 الصحف التالية:

1) مجلة التركي الفتي ويطلق عليها الفجر ويرأس تحريرها "لوسيان سيتو".
2) ومجلة أسبوعية تصدر باللغة العبرية والأسبانية ويرأس تحريرها "ديفيد كانون".

النشاط الصهيوني في المنطقة العربية:

أشار الباحث د. محمد محي الدين أبو هلاله إلى أبرز الصحف الصهيونية في المنطقة العربية وتركزت هذه الصحف نشاطها في مصر وأهمها ما يلي:

1) **صحيفة العائلة:** وصاحبتها استير مويال وقد صدرت عام 1898 ولغاية 1904 وهي مجلة أسبوعية.
2) **جريدة أبو نظارة:** حيث انشئت عام 1907 واستمرت لغاية 1908.
3) **الاتحاد الإسرائيلي:** وهي مجلة علمية أدبية أسبوعية مصورة وهي لسان حال جمعية اتحاد القرائيين بمصر ويديرها المسؤول باروخ ليتو منجوبي وقد صدرت عام 1924 واستمرت لغاية 1930.

4) **الأخبار الماسونية**: وهي مجلة شهرية ناطقة باسم المحافل الماسونية في مصر وهي مجلة علمية أدبية وصاحب الامتياز "موسى جردنثيتن واسكندر فرج.

5) **إسرائيل**: جريدة أسبوعية حرة صدرت بثلاث لغات وهي العبرية والفرنسية والعربية ومدير تحريرها "البرت موصيري"وقد صدرت عام 1919 واستمرت لغاية 1923.

6) **مجلة الأطفال المصورة**: مجلة أسبوعية فكاهية صاحبها يعقوب ليسكوفتشي محررها محمود كامل فريد، صدرت في القاهرة عام 1925.

7) **بريد العاصمة**: وهي مجلة أسبوعية قضائية إخبارية أدبية رئيس تحريرها يعقوب دانا، صدرت في القاهرة عام 1930.

8) **جريدة التسعيرة**: وهي جريرة سياسية جامعة خاصة بنشر التسعيرة وهي أسبوعية وصاحبها "البرت مزراحي" صدرت في القاهرة الأعوام 1944 – 1954.

9) **جريدة التهذيب**: وهي صحيفة تصدر ثلاث مرات في الشهر يحررها مراد فرج وهي جريدة تهذيبية علمية تاريخية، ناطقة بطائفة الإسرائيليين القرائيين، فقد صدرت عام 1901 واستمرت إلى عام 1905.

10) **جريدة التميز المصري**: وهي جريدة أسبوعية سياسية أدبية تصدر باللغة العربية والانجليزية صاحبها فكتور كتان.

11) **التبيان القرائيين**: وهي مجلة جامعة نصف شهرية رئيس تحريرها إبراهيم عبد الواحد، صدرت عام 1937.

12) **الشجاعة**: وهي جريدة أسبوعية فكاهية تصويرية صاحبها احمد عباس وانطونيو رومانيو وقد صدرت عام 1908.

13) **جريدة الشمس**: وهي أسبوعية جامعة، رئيس التحرير سعد يعقوب مالكي.

وخلال هذه الفترة تنبه الصهاينة إلى إصدار صحف صهيونية ناطقة باللغة العربية بهدف التأثير على العرب ومحاولة تغيير مواقفهم من الهجرة اليهودية بحيث تعمل هذه الصحف على تسويق الدعاية الصهيونية القائلة بأن إقامة الكيان

الصيهوني يأتي لديمقراطية المنطقة وبث روح الحضارة في الشرق، وان سكان المنطقة أي العرب لن يكون أمامهم إلا الاستفادة في التعاون مع المشروع الصهيوني ففي عام 1920 صدرت صحيفة السلام وبريد اليوم وهي نسخة معربة عن صحيفة "دوار هيوم" عن دار "هاسوليل" وقد توقفت بعد عدة أشهر، كما صدرت صحيفة السلام التي كان يرأسها الصحفي اليهودي نسيم ملول، وفي عام 1936 صدرت أسبوعية حقيقة الأجر، وفي عام 1925 صدرت صحيفة اتحاد العمال وكانت تصدر كل أسبوعين، وفي عام 1936 أصبحت تصدر كل يوم جمعة، كما وصدرت صحيفة الأخبار عام 1919 وتولى رئاسة تحريرها "نسيم ملول" مع العلم ان في ذلك الوقت كانت الحركة الصهيونية تصدر صحفاً باللغة العربية في عدد من الدول العربية مثل "إسرائيل" في مصر وفي بغداد صحيفة "منورا" بالعبرية والعربية وفي بيروت "العالم الإسرائيلي" وهي صحيفة ظهرت ما بين الأعوام 1920 – 1922.[1]

وفي ذات السياق في مصر تبين وجود 28 مجلة وجريدة يهودية وصهيونية خلال الفترة الممتدة من عام 1880 - 1954 ففي صحيفة الشمس اليهودية التي كانت تصدر بالقاهرة في عددها رقم 18 تاريخ 1935/1/11 حيث وجهت نداء للهجرة إلى فلسطين ومما جاء فيه أخواني الإسرائيليين.

"أن فلسطين تناديكم على صوتها طالبة منكم انتم أبنائها الأبرار ان تشتروا كل واحد منكم قطعة أرض بالنقد والتقسيط وذلك بواسطة البنك على يد الوكيل الوحيد بالقطر المصري مع التسهيلات بالدفع وفي زيارة واحد لمنزله تشهدوا بصدق قولنا وأماناتنا، فهيا اذهبوا إلى شارع عبد العزيز رقم 11 شقة رقم 18 بالدور الرابع ولا تتأخروا اذا الأراضي يزيد ثمنها من يوم إلى يوم والمسألة فرصة عظيمة".

الوكيل الوحيد

إبراهيم يعقوب ميربيل.

المقابلة الواحدة والنصف بعد الظهر.[2]

1- مرجع سابق، ص 145- 147.

2- الاستيطان الأجنبي في الوطن العربي، د. عبد الله التميمي، سلسلة عالم المعرفة عدد 71، ص 126- 127.

كما ان صحيفة الشمس نشرت إعلاناً بتاريخ 1935/4/25 عدد 31 فحواه ما يلي:[1]

وكالة الأراضي والأملاك الفلسطينية

"سيون"

وكيلها في مصر: البرت كباسو لبيع الأراضي والأملاك والمحلات التجارية في فلسطين.

إدارة توكيل: تسليف رهون انتداب للحصول على كوشان، وهناك استعلامات مجانية ونصائح وافية.

العنوان: القاهرة شارع المرابع رقم 18 بالقرب من البنك الأهلي ص 1778، الإسكندرية ميدان محمد علي رقم 13- القدس، مركز صحاري عمارة طسن، ص ب 615.

سيطرة الصهيونية العالمية على الإعلام الروسي:

وضعت الصهيونية العالمية عينيها على روسيا القيصرية لانها كانت في نظرها القطب المتين للمسيحية من جهة ولان روسيا القيصرية لم تهضم الصهيونية العالمية ولم تسمح لسيطرة الصهيونية على مقدرات الشعب الروسي، كما ان السياسة الروسية القيصرية لم تتوانى على تنفيذ سياسات القمع التي وجهت لليهود جراء أعمالهم الانتقامية لتخريب الاقتصاد الروسي.

ولذلك قدرت الحركة الصهيونية العالمية ان تنتقم من الشعب الروسي الذي كان يحتقر اليهود ويضطهدهم وعندما اشتعلت الثورة الروسية البلشفية عام 1917 ورغم عظمة هذه الثورة إلا ان الصهيونية استغلتها استغلالاً كبيراً حيث تم تحويلها من أسرة رورتشليد وكان معظم قيادات الثورة من اليهود وأشهرهم تروتسكي

1- مرجع سابق، ص 127.

وسـفر ديلـوف وكـامييف وسـولولنكوف ادرتـسـكـي، لـصينف، زنيوفيـف راداك، ستياليين...

وأبرز ممولي الثورة كانوا من اليهود أمثال " ماكس واغريرج، وشقيقته بول وهما من الشركة اليهودية الأمريكية من نيويورك وشركة كوهين ليوب وشركاه وكراسن ومنززتنبرج.

ومما يثبت سيطرة اليهود في الثورة البلشفية فقد كانت نسبة اليهود الروس الذين وصلوا للسلطة واضحة للعيان، ففي المكتب السياسي للحزب الشيوعي كان عدد اليهود سبعة.[1]

من خلال ما سبق تبين لنا التغلغل الصهيوني للإعلام ووسائله في العالم فقد أدركت الصهيونية خطورة الإعلام ودور الصحافة في تكوين وتوجيه الرأي العام، فقد عمدت الصهيونية إلى استغلال الصحافة والسيطرة عليها في أكثر من مكان في العالم وتوجيهها الوجهة التي تخدم مصالحها، وقد استطاعت الصهيونية عن طريق الصحافة التغلغل والتسلل إلى الحكومات والأجهزة الإدارية المرتبطة بها، إضافة إلى تغلغلها في المنظمات والتشكيلات السياسية والاجتماعية ومراكز النفوذ والقوى الضاغطة، فالبروتوكول الثاني عشر كما أشرنا قال "سنمتطي صهوة الصحافة ونكبح جماحها وسنفعل ذلك أيضاً بالنسبة للمواد المطبوعة الأخرى اذ لا جدوى من تخلصنا من الحملات الصحافية اذا كنا معرضين للنقد عن طريق المنشورات والكتب.

وفي مجال السيطرة على الإعلانات أكد البروتوكول الثاني عشر "لا يكون أي إعلان الا بعد مراقبتنا، وقد تمكنا من تحقيق ذلك الآن إلى الحد الذي لا تصل فيه الأنباء إلا عبر الوكالات الخاضعة لنا والمتمركزة في

1- الدعاية الصهيونية، د. محمد حوات، ص 51- 53.

مختلف إنحاء العالم والأدب والصحافة قوتان تعليميتان كبيرتان وستصبح حكومتنا مالكة معظم الصحف والمجلات، واذا سمحنا بظهور عشر مجلات مستقلة فيجب ان تكون لنا ثلاثون صحيفة مقابلها ولن نجعل الناس يشكون في سيطرتنا على هذه الصحف، ولذلك سنجعلها من النوع الذي يناقض بعضه في الأفكار والاتجاهات لنحصل على ثقتهم خصومنا الذين لا يتطرق الشك في قراءتها فيقعون في الشرك الذي نصبناه ويفقدون كل قوة على الأضرار بنا.[1]

وفيما يلي إعداد الصحف التي تمتلكها الحركة الصهيونية العالمية:

مجموع الصحف والمجلات في العالم 1035، ففي الولايات المتحدة 254 صحيفة ومجلة، وفي أوروبا، 158، وأمريكا اللاتينية والوسطى 123، وأفريقيا 32 وباقي العالم 468.

وهناك أعداد أخرى من الصحف خاضعة للصهيونية لاحتكار المموليين اليهود عن طريق الإعلان وأكثر من ثلاثة آلاف صحيفة يعمل بها يهود وتصدر تلك الصحف بلغات مختلفة وتعتبر الصحافة الصهيونية أوسع شبكة صحفية تصدرها مجوعة بشرية في العالم.

أما في مجال الكتب: فقد تمكنت الصهيونية من السيطرة على معظم دور النشر والطباعة والتوزيع في معظم إنحاء العالم، فخلال الأعوام 1943- 1944 قامت المنظمة الصهيونية الأمريكية بنشر مليون منشور وكتيب وزعتها على مختلف الهيئات والشخصيات الاجتماعية والسياسية والثقافية في العالم، كما ويساهم المجلس الصهيوني الأمريكي بتغطية نفقات طائلة للناشرين لقاء طبع وتوزيع كتب دعائية مباشرة تخدم إسرائيل

1- مرجع سابق، ص 28- 29.

وتسيء إلى العرب، كما ويقوم المجلس الصهيوني الأمريكي سنوياً بالتبرع لصالح معهد المجلس المستقل لدراسة شؤون الشرق الأوسط لنشر الدعاية الصهيونية بين طلبة المعاهد الأمريكية عن طريق دسها في المناهج المقررة، وتقوم المنظمات الصهيونية بطبع وتوزيع كتب للمفكرين والسياسيين اليهود المعروفين أو تقدم لهم المساعدات المالية لنشرها.

وفي هذا الصدد يتحفنا الكاتب الأمريكي ريتشارد سيتفنس في كتابه الصهيونية الأمريكية وسياسة أمريكا الخاصة أن الصهاينة قدموا أموالاً لكتاب غير يهود لتأليف كتب عن الصهيونية مثل كتاب السياسية الأمريكية تجاه إسرائيل للكاتب كارل فردريك، ولمن فلسطين للكاتب ترانك جرفازي، وفلسطين أرض الميعاد للكاتب لورد ميلك وتسعى الدعاية الصهيونية بنشر الكتب والمقالات العامة التي تعالج موضوعات تتعلق بإسرائيل والشرق الأوسط، والأهم ما في ذلك ان الصهاينة سعوا لتحريف الحقائق في تلك الكتب.

السيطرة الصهيونية على شبكات التلفزة ومحطات الإذاعة:

لقد نجح الصهاينة بسيطرتهم على شبكات التلفزة ومحطات الإذاعة لما لهاتين الوسيلتين من أهمية كبيرة في الدعاية الصهيونية حيث استخدموا هاتين الوسيلتين بعناية وإتقان خاصة، وان أهم محطات شبكة التلفزيون تقع ضمن دائرة السيطرة الصهيونية في الولايات المتحدة وتشمل:

1) شبكة NBC.
2) شبكة BNC.
3) شبكة CBS.
4) شبكة MBS.

ثم خطورة تبني الإذاعة والتلفزة وجهة نظر الصهيونية، هذا يعني ان الرواية العربية غير موجودة على جدول أعمال الإعلام الدولي، والأهم من ذلك أن الدعاية الصهيونية متمكنة في المجتمع الأمريكي وقادرة على إقناعه بالرواية الإسرائيلية.



الفصل السادس

تطور ونشأة الإعلام الإسرائيلي

قبل ان نستعرض نشأة وتطور الإعلام الإسرائيلي يجب ان نؤكد ان الإعلام الإسرائيلي مرتبط ارتباطاً عضوياً بالايدولوجيا الصهيونية وعندما يخرج عن هذا الإطار فانه حتماً سيفقد مبررات وجوده ومكوناته ولذلك فاننا سنسلط الضوء على العلاقة ما بين الإعلام الإسرائيلي والإيديولوجية الصهيونية من خلال القول ان بنيوية الإعلام الإسرائيلي تحددت بالبناء القومي للنظام الاجتماعي الذي انطلقت من وتعمل من أجله فلسفة هذا الإعلام التي انطلقت من قلب المصالح الإيديولوجية الصهيونية اذ الإعلام الإسرائيلي خرج من معطف شرعية الكيان الإسرائيلي الغاصب والمتمثلة بما يلي:

1) شرعية الهجرة والاستيطان وممارسة الحكم على الأرض الفلسطينية والشعب الفلسطيني.
2) شرعية النظام السياسي المزدوج أي الديمقراطية وحقوق المواطن للشعب الفلسطيني.
3) شرعية قيام الدولة الاستيطانية.
4) العودة إلى أرض الميعاد كمبدأ حق وتاريخي.
5) اليهودية العالمية تحمل القيم الحضارية والإنسانية والريادية والإنجاز.
6) حق تقرير المصير للشعب اليهودي حق ثابت.
7) الأمن القومي.
8) إسرائيل هي الوحيدة التي تمثل الديمقراطية في منطقة الشرق الأوسط.

ومن جهة أخرى شكل المجهود الإعلامي الصهيوني الضخم حجماً كبيراً وأهمية خاصة لم يعرف التاريخ مثيلاً له ويمكننا القول ان الإعلام الصهيوني هو أشد أنماط الإعلام فتكاً وفكراً ودهاء وذكاء وانتشاراً ولولا قوة هذا الإعلام لما تمكن الصهاينة من تحقيق أهدافه سواء في فلسطين وعلى الساحة العالمية والدولية، ويرجع سبب هذا النجاح وهذا التفوق إلى التخطيط السياسي الشامل للكيان الصهيوني الذي يقوم على أشراك كافة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية

فكل مؤسسة وهيئة وجماعة وفرد صهيوني هو مؤسسة إعلامية قائم بذاتها، ومن يتتبع المشهد الإعلامي الصهيوني عامة والإسرائيلي خاصة يلمس أن الإعلام الإسرائيلي هو إعلام مركزي مخطط بقوة فلا يوجد هيئة واحدة تمارس العمل الإعلامي بل كل الهيئات والمؤسسات هي بمثابة وزارة إعلام إسرائيلية علماً بانه لا توجد وزارة إعلام في إسرائيل ولا وزير إعلام أو اتصال، ومن هذا المنطلق فمن خلال النظر إلى الخريطة الإعلامية الإسرائيلية نجد أنها تغطي جميع النشاطات الداخلية والخارجية لإسرائيل بحيث تتكيف مع كافة المستجدات وتتماهى استجابة لكل الظروف وتسير وفق إستراتيجيات وتكتيكات غير تقليدية أخلاقية وغير أخلاقية لخدمة الأهداف السياسة والإيديولوجية لهذا البلد.

ومن هنا فان الأهداف والغايات والتكتيكات التي تمارسها إسرائيل يصفها الصحفي الإسرائيلي شموئيل سيجف "ضباب لإعماء العيون عن رؤية غاياتنا التي تهدف إلى تحقيقها عن طريق خلق وقائع جديدة تصبح على مرّ الزمان أمراً واقعاً وان تصبح الدولة موجودة في الخارج كضرورة عالمية عن طريق خلق الإحساس لدى الرأي العام العالمي في مكان بان سلام العالم وأمنه وتقدمه انما يرتبط إلى حد كبير ببقاء إسرائيل والمحافظة عليها.[1]

الإعلام الإسرائيلي المطبوع:

احتل الإعلام مكانة مرموقة ضمن اهتمامات نشاطات الحركة الصهيونية من منطلق ان الاتصال بيهود العالم وتعبئتهم نفسياً وعقائدياً من أهم المهام الأساسية التي انطلقت من فلسفة الحركة الصهيونية حيث ان عملية تنظيم وحشد يهود العالم ضمن الإطار العقائدي للحركة الصهيونية ومن ثم إقناعهم بترك مواطنهم الأصلية والانتقال إلى بلد مجهول شكل صعوبة كبيرة مما دفع الجهاز الإعلامي الصهيوني ان يضاعف من زيادة الأعباء الملقاة على عاتقه لتعبئة الجمهور اليهودي الصهيوني مما

1- الدراسات الإعلامية، عدد 72 أيلول 1993، منى ياسين، ص 27.

دفع بقيادات الحركة الصهيونية كما تناولت لمحاولة السيطرة على وسائل الإعلام فمع انطلاقة قطعان المستوطنين اليهود إلى فلسطين فقد شرعت الصهيونية كما أشرنا في الفصول السابقة إلى تأسيس جهاز دعائي يرتكز على الصحافة اليومية بصورة خاصة وكان في مقدمة الأهداف لتلك المحاولات إيجاد لغة مشتركة بين جموع المستوطنين اليهود الذين قدموا إلى فلسطين من مختلف إنحاء العالم حيث ان كل جماعة يهودية تختلف عن الأخرى من حيث الظروف الاجتماعية والثقافية والعادات والتقاليد ، ولذلك فان مسؤولية الإعلام الصهيوني تنحصر في عملية صهر هذه الفروقات ودمج اليهود وحشدهم تحت هدف واحد وهو محاربة العرب واقتلاع الفلسطينيين من أراضهم وتنمية العقيدة الصهيونية في عقولهم، وفي بداية الأمر واجه الإعلام الصهيوني صعوبات كبيرة في ذلك تمثلت في عدم وجود لغة مشتركة بين اليهود في فلسطين اذ ان كل يهودي ينطق بلغة البلد الذي كان يعيش فيه حيث ان اللغة العبرية لم تكن متداولة بين اليهود الذين قدموا إلى فلسطين وتشير المصادر إلى ان أوسع لغات التخاطب بين المستوطنين في فلسطين هي اللغة اليديشية وهي رطانة مختلطة من العبرية والألمانية حيث كانت اللغة المستخدمة في ألمانيا ودول شرق أوروبا لليهود.

الصحافة الإسرائيلية:

تشير المصادر إلى ان اهتمام الصهاينة بالإعلام جاء قبل انعقاد المؤتمر الصهيوني الأول في بازل عام 1897 وقبل انكشاف أمر بروتوكولات حكماء صهيون، ففي سنة 1869 عقد اجتماع سري نظمه اليهود في مدينة براغ حيث نشرت مجلة "Contem Porain" في عددها بتاريخ الأول من تموز 1880 الخطبة التي ألقاها الحاخام Rerichern والتي جاءت على النحو التالي:

" اذا كان الذهب هو القوة الأولى فان الصحافة هي القوة الثانية، ولكن الثانية لا تعمل بدون الأولى وعلينا بواسطة الذهب ان نستولي على الصحافة وان نبذل

لن نجد نفوسهم مفتوحة لتقبل الرشوة وحينما نسيطر على الصحافة نسعى جاهزين لتحطيم الحياة العائلية والأخلاقية والدين والفضائل".

ومن هنا فان الصحافة الإسرائيلية احتلت مكانة مرموقة وتحتل الصدارة بين وسائل الإعلام الإسرائيلية، وعلى ضوء ذلك فقد توافق الصهاينة على اعتبار ان هدف الصهيونية العالمية احتلال واستيطان فلسطين، فقبل احتلال فلسطين نشط الإعلام الصهيوني ليتم غزو فلسطين إعلامياً ودعائياً.

وقبل ذلك انطلقت فلسفة الإعلام الصهيوني وخاصة الصحافة بمقولة أكد عليها الأب الروحي للحركة الصهيونية هيرتزل في افتتاح العدد الأول من أسبوعية الحركة الصهيونية "دي وولت" في الثالث من حزيران عام 1897 وذلك عشية التئام المؤتمر الصهيوني الأول وقد أكد هيرتزل الذي كان يعمل صحافياً في كتابه دولة اليهود أو الدولة اليهودية على دور الصحافة في تطور المشروع الصهيوني.

ان هذا الإدراك والسبق يؤكد أهمية الصحافة في خدمة المشروع الصهيوني حيث دفع الصهاينة منذ البداية إلى إقناع أصحاب الصحف اليهودية سواء في فلسطين أو خارجها للتحيز من أجل العمل لخدمة الأهداف الصهيونية والدليل على ذلك ان الصحف العبرية في فلسطين قبل قيام وإنشاء الكيان تجندت بشكل كبير لخدمة الحركة الصهيونية بل انها وضعت نفسها في خدمتها بشكل مطلق.[1]

صدرت الصحافة الصهيونية في فلسطين بعدة لغات بينها العبرية، كما ونقل اليهود المهاجرون إلى فلسطين انتماءاتهم وتنظيماتهم الحزبية الصهيونية وغير الصهيونية، ومع تبلور هذه الأحزاب على أرض فلسطين بدأت تسعى إلى التغلغل بين أوساط اليهود عبر نشر أفكارها مما أوجد عدداً ضخماً من الصحف الإسرائيلية في فلسطين في فترة مبكرة.[2]

1- مجلة الدراسات الإعلامية عدد 18، آذار 2005، صالح التمامي، ص 142.

2- الإعلام الإسرائيلي، ص 17- 18.

وتشير المصادر إلى تطور الصحافة الإسرائيلية لاحقاً والصهيونية سابقاً وقد مرت بعدة مراحل على النحو التالي:

العهد العثماني: فقد صدرت أول صحيفة عبرية في أرض فلسطين عام 1863 حيث قام شابان يهوديان بالانتماء إلى التيار الديني الارثوكسي المتطرف "الحريدي" ويدعيان " موشيه سالمون، وميخائيل كوهين" بإصدار صحيفة أطلق عليها "هاليفانون" في مدينة القدس وكان الشابان اللذان انهيا دورة في الطباعة في ألمانيا يهدفان من خلال هذا المشروع إلى تحقيق الأرباح جراء نشر الإعلانات في الصحيفة وبالتالي كانت الدوافع وراء إقامة أول صحيفة عبرية على أرض فلسطين اقتصادية محضة، وبعد عدة أشهر أصدر الحاخام يسرائيل باك الذي أنشأ أول دار للطباعة في أرض فلسطين وصحيفة أخرى أطلق عليها "حفتليت" اسم زهرة وكانت بمثابة الناطق باسم الجناح "الحسيدى" في التيار الديني الاشكنازي اليهودي في أرض فلسطين ونظراً لكون الصحيفتين تتنافسان على ثقة نفس الجمهور اليهودي تقريباً فقد دبت الخلافات بين أصحاب الصحيفتين الأمر الذي دفعهم لوشاية بعضهما البعض لدى السلطات العثمانية اذا ان الصحيفتين كانتا تصدران بدون ترخيص أي بدون إذن السلطات العثمانية.

فقام الأتراك بإغلاق الصحيفتين ولكن إغلاق "حفتليت" لم يدم طويلاً فعادت للصدور أواخر الستينات من القرن التاسع عشر وخلال هذه المرحلة حدث تطور مهم أثر على تطور الصحافة العبرية في فلسطين أبان العهد العثماني اذ قام أحد المستشارين. اليهود لقيصر النمسا "فرانس يازيف" بإقناعه بتزويد أحد الشباب اليهودي الذي كان قد هاجر لفلسطين بأحدث مطبعة أنتجت في أوروبا حتى ذلك الحين، وبعد ذلك توالى جلب المطابع للتجمعات السكانية اليهودية في فلسطين الأمر الذي ادى إلى إنتاج الصحف العبرية هناك، هذا التطور كسر احتكار التيار الديني الارثوكسي اليهودي للطباعة في أرض فلسطين حيث كان التيار الديني ممثلاً بالحاخام "يسرائيل باك" الذي يحتكر المطبعة الوحيدة مع العلم ان التيار الديني الارثوكسي لم يكن يتبنى مواقف الحركة الصهيونية وكان على خلافات معها،

وظلت الصحيفة تحصر اهتمامها بالجوانب الدينية فضلاً عن التعبير في الاختلافات التي كانت مضطربة بين أروقة الحاخامات فقد فتح هذا المجال أمام المثقفين اليهود الذين يتبنون الخط الصهيوني ويسعون إلى تحقيق أهدافها لكي ينظروا لمواقفهم في أوساط جمهور المهاجرين اليهود في فلسطين.

ومع هذا التطور شرعت الصحف العبرية في أرض فلسطين في تبني الخطاب الإيديولوجي الصهيوني التي كان ينشط أعضاؤه في أوروبا وروسيا، وأخذت الصحف العبرية تدعو إلى إرساء دعائم مجتمع قوي يكرس الوجود اليهودي في أرض فلسطين، ففي عام 1872 تم إصدار صحيفة "شعاري تسيون" أي بوابات صهيون وكانت تهدف إلى تثقيف الشباب اليهودي وتعميق إدراكه بالتراث اليهودي وحثهم على نبذ الخلافات الحزبية ودعوتهم للوحدة حول هدف واحد وهو تعزيز الوجود اليهودي في فلسطين، وفي عام 1874 صدرت صحيفة "هآريان" التي كانت أول صحيفة تدعو للهجرة اليهودية إلى فلسطين وتسريع وتيرة شراء الأرض الفلسطينية وإقامة أحياء يهودية جديدة، وفي عام 1881 هاجر "اليعازر بن يهودا" من روسيا وهو الذي يوصف بانه أبو اللغة العبرية إلى فلسطين حيث انه أحياها من العدم وجعلها لغة تخاطب يومي وفي عام 1884 أصدر صحيفة "هستقى الأسبوعية" التي أصبحت منذ عام 1908 صحيفة يومية وجرى تغييرها إلى "هاأور" أي "النور" وشيئاً فشيئاً أخذت الصحف في توسيع مجال اهتمامها، وفي مطلع القرن الماضي ومع تكثيف الهجرة اليهودية لفلسطين أصبحت الصحافة العبرية تعبر عن الاختلافات الإيديولوجية والحزبية في أوساط المهاجرين.

ففي عام 1907 أسس المهاجرون اليهود من أوروبا ممن ينتمون إلى حركة "هبعول هستعير" أي العامل الصغير صحيفة أطلقوا عليها اسم حركتهم، وبعد عامين أسس حركة "أحدوت" أي لوحدة صحيفتها الخاصة بها وتحمل اسم الحركة في عام 1909، كما صدرت صحيفة "ها حيروت" أي الحرية التي تعبر عن اليهود الشرقيين في فلسطين عام 1912، كما وصدرت صحيفة "موريا" اسم مكان ورد في "التناخ" احد كتب اليهود المقدسة التي تعبر عن اليهود المتدينين الارثوكسي عام

1910 لكن السلطات التركية أغلقت جميع الصحف العبرية التي كانت تصدر أثناء الحرب العالمية الأولى.[1]

وأبرز الصحف الإسرائيلية التي صدرت في العهد العثماني في فلسطين ما يلي:[2]

1) **صوت العثمانية:** وهي صحيفة عبرية تصدر باللغة العبرية يحررها "شمعون موبال" تأسست في 28 كانون ثاني عام 1914 وهي لسان حال الصهاينة.
2) **بريد اليوم:** وهي جريدة سياسية تصدر باللغة العبرية ويحررها "أ. سفير" تأسست في 11 أيار 1920 ومركزها القدس.
3) **السلام:** يحررها نسيم ملول وهي جريدة صهيونية تأسست 31 أيار 1920 في يافا.

الصحافة العبرية في ظل الانتداب البريطاني:

خلال الانتداب البريطاني على فلسطين نشطت الصحافة الإسرائيلية وخاصة الحزبية بحيث كانت تركز على الفروق الإيديولوجية بين الأحزاب والحركات الصهيونية السياسية لكن هذه الصحف أجمعت على ضرورة ما يلي:[3]

1. رفض المساس بأهداف الوجود الصهيوني على أرض فلسطين الذي كان توطئة لإقامة الدولة المنشودة.
2. الدعوة لتكيف الهجرة إلى أرض فلسطين.
3. مساندة حق اليهود في البناء والسكن في أية بقعة من أرض فلسطين.
4. رفع شعار العامل العبري من أجل تكريس أعتماد الوجود اليهودي نفسه وليس على الغير.

1- مجلة الدراسات الإعلامية، عدد 18 ، سنة 2005، رحلة الصحافة العبرية، ص 142- 144.

2- الإعلام اليهودي، د. محي الدين أبو هلاله، ص 48- 51.

3- مرجع سابق، ص 144- 145.

وخلال هذه المرحلة وخاصة مع ظهور الكتاب الأبيض الذي أصدرته بريطانيا 1939 والذي دعا إلى وقف الهجرة في غضون خمسة أعوام من صدور تقرير اللجنة مع العلم انه كان عدد اليهود 450 ألف والعرب 950 الف وحتى قيام الدولة العبرية كان عدد الصحف تسعة صحف عبرية يومية و18 أسبوعية وصحيفتين نصف شهرية وثلاث صحف كل شهرين و8 مجلات فصلية وواحدة باللغة الانجليزية وست باللغة الألمانية.

وخلال هذه المرحلة تم تأسيس الصحف اليومية الرئيسية التي تصدر حتى هذا اليوم وهي "هارتس" أي الأرض، ويديعوت احرنوت أي آخر الأخبار ومعاريف، ففي نيسان من عام 1918 أصدرت قيادة الجيش البريطاني صحيفة رسمية هي "ذي بلستان نيوز" وكان لها ملحق باللغة العبرية، وحدشوت هارتس أي أخبار الأرض وملحق عربي فلسطين، وبعد عام اشترى الطبعة العبرية من الصحيفة رجل أعمال يهودي روسي وتحول اسمها إلى هارتس لتكون مستقلة وقد اشتراها عام 1937 الأخوان "شلومو وزلمان شوكن" وقد تم تخويل الكاتب اليهودي الشهير "أغمون" إدراتها وما زالت الصحيفة لغاية الآن وتعتبر صحيفة الصفوة في إسرائيل عام وفي 1919 صدرت صحيفة "دوار هيوم" أي بريد اليوم وكانت تحمل نفس اسم Daily mail البريطانية وكان رئيس تحريرها الصهيوني المتطرف جابوتنسكي مؤسس المدرسة التصحيحية والأب الروحي لحركة "حيروت" التاريخية التي ولد من رحمها حزب الليكود الحاكم اليوم في إسرائيل، وفي عام 1922 أسست صحيفة "دافار" التي كان يملكها "الهستدروت" اتحاد نقابات العمال العامة التي كانت تخضع "لحزب مابي" الأب التاريخي لحزب العمل، وكانت هذه الصحيفة نوعية في تاريخ الصحافة الحزبية، وفي عام 1931 أسست الحركة التصحيحية العامة صحيفة "هعام" أي الشعب فأغلقتها سلطات الاحتلال البريطاني، فأصدرت الحركة صحيفة جديدة أطلق عليها "هياردين" أي نهر الأردن، وقد مثل الاسم جزءاً أساسياً من عقيدة هذه الحركة التي ظلت لستة عقود تنادي بان الأردن جزء من أرض إسرائيل

2) **هادار**: يحررها روكاح ويريفر وهي جريدة تبحث في جميع الأمور المتعلقة بالصناعة الفنية المتعلقة بتجارة الحمضيات تصدر مرة واحدة في الأسبوع باللغات الانجليزية والعربية والعبرية وقد صدرت في 1944/11/24 .

3) **عين دافار**: يحررها دافيد زاكاي وهي جريدة تبحث في الموضوعات الاقتصادية والأدبية والسياسية تصدر مرة واحد باللغات العربية والعبرية والانجليزية والألمانية والجركونية صدرت في 1934/1/30.

4) **هاردور هاكسكا لي في هكسبي**: يحررها افنز ابو العالفة، وهي جريدة تبحث في المواضيع الاقتصادية والمالية وتصدر ست مرات في الأسبوع باللغات العبرية والعربية والانكليزية وصدرت في 1934/10/18.

5) **عوفر**: جريدة عبرية يحررها اسحاق يازيف، وهي صحيفة سياسية اقتصادية وتصدر مرة في الأسبوع باللغات العربية والانكليزية والعربية والألمانية والجوكونية.

6) **إسرائيل**: وهي جريدة يحررها الفونسور باسيفيكي تبحث في حياة إسرائيل وغيرها وهي أسبوعية تصدر باللغات العربية والعبرية والانجليزية والطليانية والفرنسية والبولونية والألمانية والأسبانية والروسية صدرت في القدس في 1935/5/30.

7) **هابنيان باميرازح هاكروف**: وهي صحيفة يحررها إسرائيل ديكر تبحث في الموضوعات الهندسية وهي شهرية تصدر باللغات العبرية والانجليزية والعربية صدرت في 1935/8/16.

8) **لفانت راديو**: وهي جريدة يحررها د. هرش فرديم تبحث في برامج الإذاعة ووسائل الراديو الفنية والعلمية والسينما والتلفزيون تصدر مرتين في الأسبوع باللغات العبرية والانكليزية والعربية صدرت في 1935/1/3.

9) **نيف ها قافيز**: يحررها كانين وهي جريدة تبحث في الاقتصاد والاجتماع والآداب، تصدر مرة واحدة في الشهر باللغات الألمانية والفرنسية والجركونية والعربية وقد صدرت في 1939/2/17.

10) تلاميم: جريدة تحررها ناديا يهودا تبحث في الشؤون الثقافية والاجتماعية والاقتصادية تصدر مرة واحدة في الشهر باللغات العبرية والعربية والفرنسية والانكليزية والألمانية صدرت 1939/6/15.

11) هيكليه: وهي جريدة حررها "ناثان ملرز" تبحث في السياسية والاقتصاد تصدر مرتين في اليوم باللغة العبرية مع ملاحق باللغة الجركونية والانجليزية والعربية والألمانية صدرت عام 1939.

12) هاغبون ها ديمقراطي: جريدة حررها موردخاي شتاين تبحث في القضايا السياسية والاقتصادية والأدبية، وتصدر مرة واحدة في الأسبوع باللغات العبرية والعربية والانجليزية صدرت في 1944/11/19.

مميزات الصحافة الإسرائيلية خلال هذه المرحلة "الانتداب البريطاني":

امتازت الصحف العبرية خلال هذه الفترة بما يلي:[1]

1) تكوين رأي عام داخل النقاط الاستيطانية لتأكيد أخلاقية المشروع الصهيوني وشرعيته بمعنى شرعية الاستيطان اليهودي في عيون أبناء المستوطنات وذلك من خلال التأكيد على أخلاقية هذا المشروع.

2) التأكيد على هشاشة العلاقة ما بين الشعب الفلسطيني والأرض التي يقيم عليها وذلك من خلال التشكيك بأصالة هذه العلاقة مدعية انها علاقة طارئة قياساً بعلاقة اليهود بأرض الميعاد.

3) حاولت الصحافة العبرية من خلال الصحف التي اصدرتها الحركة الصهيونية باللغة العربية إقناع الرأي العام الفلسطيني والعربي باستيعاب فكرة الوطن القومي لليهود في فلسطين واستساغتها والترويج لها من خلال تجنيد أقلام صهيونية تكتب باللغة العربية من بين المتشرقين الذين يعرفون الأعراف العربية والشرقية، وفي المقابل كان هناك سبعة عشر صحيفة

1- مرجع سابق، ص 147.

موجهة إلى أربعمائة وخمسين ألف يهودي بالمقابل كان هناك ثلاث صحف عربية موجهة لتسعمائة ألف فلسطيني وأبرز هذه الصحف ما يلي:

1. **صحيفة الدفاع**: صدرت عام 1934 وصاحبها إبراهيم الشنطي وتطبع سبعة عشر ألف نسخة.
2. **فلسطين**: صدرت عام 1911 ومؤسسها عيسى العيسى ومحررها يوسف حنا وتطبع ثلاثة آلاف نسخة.
3. **الصراط المستقيم**: صدرت عام 1939.

نخلص بالقول ان هذا الحجم والكم الكبير من الصحافة الإسرائيلية هو أكبر دليل على الهجمة الإعلامية الدعائية ليكون الإعلام الصهيوني خط حرب في المعركة لاحتلال فلسطين لتعبئة وتجنيد اليهود للعمل على إقامة هذا الكيان الغاصب.

الصحافة الحزبية في إسرائيل:

احتلت الصحافة الحزبية مكانة أساسية في النشاط الإعلامي خلال فترة "اليوشيف" أي ما قبل الدولة وخاصة مع بداية إنشاء الكيان الصهيوني حيث كانت الصحف تواجه صعوبات اقتصادية وخاصة الصحف الخاصة.

وقد كان هناك ثماني صحف من أصل إحدى عشرة صحيفة عبرية يومية خلال فترة الخمسينات ناطقة باسم الأحزاب وواقعة تحت تأثيرها المباشر مما ساعد كل حزب على نشر أفكاره وتجنيد أصوات داعمة في كل حملة انتخابية للكنيست وبنظرة أكثر شمولية يمكن القول ان تجنيد الصحافة للصراعات الحزبية لم يأت على حساب تجنيدها العام للصراع القومي كترسيخ أقدام الدولة في محيط الشرق أوسطي وفي دفع المصالح القومية حسب ما خططت النخب السياسية والأمنية في تلك الأيام. وخاصة الأب الروحي للمؤسسة الصهيونية ومؤسس الكيان الإسرائيلي بن غوريون ففي عهده كان على الصحافة ان تثبت إخلاصها

ومسؤولياتها العامة، وقد طلب بن غوريون هذا بوضوح في قوله "هذه الدعوة موجهة أولاً للصحافة ولكن ليس فقط لها وانما للشعب بأسره وفي هذه الساعة نحن بحاجة إلى رقابة حرة ومخلصة ولكن علينا الحذر يجب علينا ان نزن أقوالنا وعدم أعطاء العدو معلومات أو زرع بذور الفتنة والفوضى في صفوف شعبنا وعدم الاستسلام.[1]

وأبرز الصحف والمجلات الحزبية ما يلي:

1) **مجلة الجديد:** وهي مجلة أدبية شهرية ناطقة باسم حزب راكاح "الحزب الشيوعي الإسرائيلي".
2) **مجلة الغد:** وهي مجلة منوعة للشبيبة الشيوعية لحزب راكاح وأعضاؤه عرب ويهود يعملون معاً في خط سياسي واحد ويختلفان مع الحكومة الإسرائيلية في علاقاتها مع الغرب ويلتقي مع الهدف الإسرائيلي بان إسرائيل ولدت لتبقى.[2]
3) **صحيفة دافار:** وتعني الكلمة وهي صحيفة يومية تنطق بلسان منظمة الهستدروت صدرت عام 1925 وتعتبر أكبر الصحف الإسرائيلية تأثيراً وأوسعها انتشاراً تصدر نشرات دورية ومجلات وصحفاً منها مجلات الأطفال والنساء العاملات ومجلة مصورة وجريدة للمهاجرين الجدد وتخضع لسيطرة السلطات الحاكمة وخاصة قيادة حزب العمل "ماباي" باعتباره الحزب المتنفذ بالهستدروت وهي المعبرة عن وجهات نظر الحكومة وتسمح للمعارضة بالتعبير عن أرائها وتشرف إدارتها على جريدة "اومر" اليومية بلغة عبرية للذين لا يتقنون العبرية.
4) زو هيديرج: جريدة أسبوعية يصدرها الحزب الشيوعي الإسرائيلي راكاح باللغة العبرية تحولت إلى جريدة إخبارية بعد ان استولت عليها الجماعة المنشقة عن الحزب على مجلة "كول هاعام" واصبحت تنطق باسمها.

1- الصحافة والإعلام في إسرائيل، د. أمل الجمال، ص 49.

2- الصحافة الإسرائيلية، سامي مهدي، ص 23- 28.

5) كول هاعام: صحيفة الحزب الشيوعي الإسرائيلي صدرت عام 1937 وهي صحيفة شهرية تصدر على شكل مجلة ثم تحولت إلى أسبوعية، وفي عام 1947 تحولت إلى صحيفة يومية.

6) عال همشمار: صحيفة يومية صباحية صدرت عام 1943 لها مكاتب في واشنطن ولندن وباريس وهي صحيفة حزبية ناطقة باسم حزب العمال الموحد "المابام" وتعكس مواقفه اليسارية الصهيونية.

7) حيروت: وتعني الحرية وكانت سرية منذ انطلاقتها أثناء الانتداب البريطاني وبعد عام 1948 أصبحت علنية وهي صحيفة صباحية تنطق بلسان حزب حيروت الإرهابي وتتبنى إسرائيل الكبرى.

8) هو علام هزية: مجلة أسبوعية مصورة تنطق بلسان حركة القوى الجديدة التي يتزعمها عضو الكنيست اوري افنيري أسسها عام 1950 اشتملت على مواضيع سياسية وجنسية وتخصص لكل موضوع حيزاً مساوياً للآخر، تقف موقفاً متزناً مع العرب ودعت إلى قيام اتحاد كونفدرالي سامي في الشرق الأوسط تنشر تحقيقات عن الفضائح السياسية والاجتماعية.

9) لامر حاض: وتعنى الأفق وهي صحيفة يومية تنطق بلسان حزب اتحاد العمل تأسست عام 1954.

10) من هيسود: رأى من الأعماق، وهي مجلة أسبوعية صدرت عام 1962 تصدرها جماعة من حزب ماباي.

الصحافة الإسرائيلية ما بعد احتلال فلسطين:

فقد صدرت في إسرائيل أبان هذه المرحلة أعداد كبيرة من الصحف والمجلات والنشرات اليومية والأسبوعية ونصف الشهرية حيث تشير المصادر إلى وجود نحو 26 صحيفة يومية و31 صحيفة أسبوعية و6 صحف نصف شهرية و39 صحيفة شهرية و29 صحيفة فصلية، غير ان هذا العدد كما تقول الباحثة سلوى حبيبي لا تعطي إلا ما يقارب نصف عدد الدوريات الموجودة في إسرائيل فاستناداً إلى

إحصائية قامت بها صحيفة "جويش ايزريفر" تظهر بان مجموع الصحف وصل إلى 306 صحف.

فيما مصادر أخرى أشارت إلى وجود خمسمائة صحيفة ومجلة ونشرة ما بين يومية وأسبوعية وحكومية أما الباقي فهو مجلات مهنية ومن بين هذه المجلات اثنتان تصدران باللغة العربية عن حزب راكاح وهما الجديد والغد، ويعود هذا العدد الكبير من الصحف والمجلات للأسباب التالية:

1) تعدد الأحزاب والاتجاهات السياسية وحاجة كل حزب إلى صحيفة أو أكثر للتعبير عن وجهات نظره.
2) تعدد لغات السكان والرغبة في تأمين حاجة الناطقين بكل لغة إلى صحيفة أو أكثر يستطيعون قراءتها.
3) تأمين حاجات الهيئات والمؤسسات العلمية والفنية والثقافية والدينية إلى وجود دوريات في نطاق اختصاصها.

الأنماط الصحيفة الإسرائيلية ما بعد قيام الكيان ولغاية الآن:

برز في إسرائيل أنماط متعددة من الصحف ففي البداية برزت الصحافة الحزبية ثم تلاشت فيما بعد وأبرز أنماط الصحف السائدة في إسرائيل جاءت على النحو التالي:[1]

أولاً: الصحف المستقلة وهي صحف إمبراطوريات الإعلام العائلي: تسيطر الصحافة المستقلة على سوق الإعلام في إسرائيل بشكل شبه مطلق فعلى سبيل المثال صحف مثل يديعوت احرنوت ومعاريف وهارتس "وسوف نتحدث عنها لاحقاً" تحتكر 50٪ من توزيع الصحف تليها معاريف وهاارتس بالمرتبة الثالثة، وتشير المصادر إلى ان صحيفة هاارتس تعتبر صحيفة النخبة حيث أشارت الدراسات واستطلاعات الرأي إلى ان قراء هذه الصحيفة من ذوي المؤهلات العلمية

1- مجلة الدراسات الإعلامية، عدد 118، 2005، ص 148- 149.

والثقافية الكبيرة مقارنة مع الصحف اليومية الكبرى، وسبب هذا التنافس فيما بينها فقد عملت هذه الصحف الثلاث المملوكة إلى ثلاث عائلات على توسيع قاعدتها الاقتصادية الأمر الذي أدى إلى ولادة ثلاث إمبراطوريات إعلامية عائلية فقد لجأت هذه الصحف إلى إنشاء صحف محلية مناطقية محددة في إسرائيل وأصبح لكل صحيفة كبرى شبكة من الصحف المناطقيه وأبرز العائلات التي تملك هذه الصحف ما يلي:

1) عائلة موريس: تملك يديعوت احرنوت وهي أوسع الصحف اليومية انتشاراً وتملك شبكة من الصحف المحلية وصحيفة ناطقة باللغة الروسية ودار نشر ضخمة "عيد انيم" وأسبوعية نسائية ومجلة شبابية، وتملك العائلة أسهماً في الشركات التي تدير شبكة التلفزة بالكوابل وتملك أسهماً في الشركة التي تدير قناة التلفزيون الثانية.
2) عائلة غرودي: تملك صحيفة معاريف ثاني أوسع الصحف انتشاراً في إسرائيل، فقد أصدرت مجلة نسائية وأخرى شبابية إلى جانب مكتبة معاريف لنشر الكتب تملك أسهماً في الشركات التي تدير شبكة التلفزيون بالكوابل.
3) عائلة شوكين: تملك هارتس كذلك شبكة من الصحف المحلية وصحف اسبوعية باللغة الروسية بالإضافة إلى مطبعة ودار نشر وشركات حاسوب وأسهم في الشركات التي تدير شبكات التلفزة

ثانياً: الصحف الدينية: يشكل المتدينون في إسرائيل 22٪ وهم ينقسمون إلى قسمين:

1) تيار ديني صهيوني.
2) تيار ارثوكسي ويشكل هذا التيار 7٪ من المتدينين وينقسم إلى تيارين أساسيين هما "الحريدي الحسيدي والحريدي اليتاني ".

ان هذا التميز بين القطاعات الدينية أظهر وجود صحف خاصة بكل تيار فنجد على سبيل المثال ان التيار الديني الصهيوني الذي يمثل حزب المفدال يصدر صحيفة "هستوفيه" اليومية التي صدرت قبل قيام الدولة، فيما التيار الارثوكسي لا يملك الا صحيفة واحدة هي صحيفة "هموديع" التي يصدرها حزب يغودات يسرائيل. أحد التيارات "الحسديدية الحسيدية" ارثوكسي، لكن الأمور تغيرت في مطلع الثمانينات من القرن الماضي بعد انقسام "الحريدي" على حزب "يفودات يسرائيل " الأمر الذي ادى إلى بروز حزب "ديجل هتوراه الليتاني" الذي أسسه الحاخام شاخ وحركة شاس الحريدية الدينية التي أسسها الحاخام عفوديا يوسف، هذا التطور أدى إلى مزيد من الصحف الحريدية، فقط اصدر "ديجل هتوراه" صحيفة ياتيد نئمان، كما أصدرت حركة شاس "يوليوم"؛ ومن هنا فان الصحف الدينية الإسرائيلية يشرف عليها رجال الدين من قبل لجان روحية يشكلها كبار الحاخامات وأعضاء هذه اللجان يكونون عادة من مدراء المدارس الدينية وبذلك فكلمة الفصل تكون للحاخامات، ان الصحافة الدينية الحريدية عززت التطرف الصهيوني وخاصة تجاه العربي وانتصرت إلى سياسة القمع الوحشي التي تقوم بها السلطات الصهيونية تجاه العرب أو فلسطين.

ثالثاً: الصحافة الإسرائيلية الناطقة باللغة غير العبرية ويندرج تحتها ما يلي:

1) **اللغة الانجليزية: وهي صحيفة واحدة جيروسليم بوست**: وهذه الصحيفة لا تحظى بوجود على الساحة الإسرائيلية وتصل نسبة القراءة فيها إلى 1.3٪، وهي موجهة للقراء خارج إسرائيل فان أثرها على تحديد الأجندة الإعلامية والسياسية وقدرتها على صياغة المخيلة الجماعية الإسرائيلية ضئيلة جداً، وهذه الصحيفة انطلقت منذ عام 1932 وكان لها دور مهم في الدعاية الصهيونية

ما قبل قيام الكيان ومازالت تلعب دوراً دعائياً مهما حتى الآن خاصة بعد ان أخذت طابعاً يمينياً متطرفاً.[1]

2) **الصحافة الروسية:** انطلقت الصحف الإسرائيلية الناطقة بالروسية قبل قيام إسرائيل حيث صدرت صحيفتين ناطقتين بالروسية هما صحيفة ايديتس ايسرائيل منيستروويكا أي دولة إسرائيل في مرحلة البناء التي صدرت بعشرة أعداد. خلال السنوات من 1942- 1947، وقد تم تمويلها من الوكالة اليهودية، والثانية صحيفة فالكور التي صدرت في نفس الفترة وقد صدرت لاحقاً بصورة غير منتظمة تحت مسميات متعددة، لقد ازدادت أهمية الصحافة الناطقة بالروسية بعد موجات الهجرة اليهودية من الاتحاد السوفيتي سابقاً وذلك بعد حرب عام 1967 حتى وصل عددهم نحو مليون مهاجر عام 2001.[2]

وما يهمنا من خلال اطلاعنا على الصحف الإسرائيلية الناطقة باللغة الروسية بان التطورات التي حدثت بسبب زيادة الهجرة الروسية إلى فلسطين تحول اليهود الروس إلى أكبر تجمع ديمقراطي في إسرائيل فقد تنبهت الإمبراطوريات العائلية لهذه الظاهرة فعملت على إصدار صحف باللغة الروسية، فعائلة "موزيس" أصدرت "مينتي" أوسع الصحف الناطقة بالروسية، ومعظم رؤساء تحرير الصحف المتطرفين الصهاينة مما أدى إلى بروز تيار صهيوني روسي متطرف مما زاد في وتيرة الوعي الديني والسياسي لليهود.[3]

نخلص بالقول إلى ان معظم اليهود الروس أيدوا الخط اليمين المتطرف حيث صوتوا إلى اتجاه الأحزاب اليمينية بنسبة 70٪، وهذا بسبب الدور الذي لعبته الصحافة الناطقة بالروسية، وأبرز ما تميزت به ما يلي:[4]

1- الصحافة والإعلام في إسرائيل، د. أمل جمال، ص 85.

2- لمزيد من الاطلاع مرجع سابق، ص 85- 97.

3- مجلة الدراسات الإعلامية، عدد 118 سنة 2005، ص 151.

4- مرجع سابق، ص 152- 153.

1) انها لم تهتم بمشاريع التسوية مع العرب بل انحازت إلى معسكر اليمين الصهيوني المتطرف.
2) تأييدها المطلق للزعامات الصهيونية المتطرفة وخاصة الزعيم الصهيوني المتطرف "ليبرمان" الذي شغل منصب وزير الاتصالات في عهد شارون ووزير الخارجية في عهد نتنياهو.
3) أخذت خطاً معادياً للدين.

ومن الجدير بالذكر انه يوجد في إسرائيل نحو 637 صحيفة يومية وأسبوعية ناطقة بالروسية وأهمها:

- مينشتي.
- ناساشطيرن.
- مينستر دولي.

خصائص الصحافة الإسرائيلية بشكل عام:

يعد هذا العرض عن الصحف الإسرائيلية الناطقة بالعبرية والروسية فقد انحازت الصحافة الإسرائيلية للأهداف الصهيونية على حساب حرية التعبير ونشر المعلومات، وعلى حق الشعب بالمعرفة أي ان الصحف الإسرائيلية اتجهت إلى تعزيز ما يلي:

1) **الايدولوجيا والهيمنة الصهيونية**: فقد أزدهرت خلال هذه المرحلة الصحافة الحزبية.
2) **تم تجنيد الصحف والصحافيين**: بشكل طوعي للمبادئ والأهداف الصهيونية.
3) **تبنى أنماط صحافية**: مصدرها صحف يهودية وغير يهودية.[1]

1- لمزيد من الاطلاع انظر الإعلام والصحافة في إسرائيل، د. أمل جمال، ص 49- 52.

وعودة إلى خصائص الصحافة الإسرائيلية بشكل عام فان أبرز هذه الخصائص ما يلي:[1]

أولاً: من حيث الأنماط الصحفية:

1) **افول الصحافة الحزبية العلمانية:** استمرت الصحف الحزبية في التربع على قمة الإعلام في إسرائيل لفترة طويلة، وبدأ هذا الوضع بالتغير في نهاية الستينات ومطلع السبعينات وذلك بعد أثر حرب 1967 فقد أحدثت حرب حزيران تحولات كبيرة في بنية المجتمع الصهيوني أهمها تعزيز الثقة بالنفس وتحسن الوضع الاقتصادي بصورة سريعة جداً في إسرائيل مما أدى إلى تحسن معيشة الإسرائيليين وانفتاحهم على المجتمع الغربي حيث ازداد سوق الاستثمارات الغربية في إسرائيل وخاصة في مجال الإعلام مما ساهم في زيادة انفاق الصحف الحزبية الأمر الذي يتطلب كلفة عالية بالإنتاج بسبب تطور تكنولوجيا الصحافة مما نجم عنه ضعف الصحف الحزبية والتوجه على الصحافة الربحية حيث أصبح للإعلام سوق وصناعة ما يسمى باقتصاديات الإعلام، ولذلك ازدهرت الصحف المستقلة.

2) **صعود الصحافة الخاصة والتجارية:** مقابل اضمحلال الصحف الحزبية فقد ملئت الصحافة الخاصة الفراغ الذي حصل في المجتمع الإسرائيلي لكن هذه العملية لم تتبلور إلا في السبعينات بسبب ما ألحقته حرب 1973 من اهتزازات قوية في الأسس السياسية والميول الإيديولوجية للمؤسسة الصهيونية، كما ساهمت المتغيرات الديمغرافية وتزايد عدد الناطقين باللغة العبرية مما أدى إلى توسيع دائرة قراءة الصحف وبذلك الحماس الإيديولوجي الذي ميز المجتمع الإسرائيلي الأمر الذي غير اتجاهات الإسرائيليين من

1- مرجع سابق، ص 52- 53.

مجتمع محافظ متطرف إلى تبني آراء متحررة ليبرالية وخاصة الأمركة مما أضعف التوجهات اليسارية.

ان ما يميز هذا النمط من الصحف ففي الثمانينات تحولت صحف يديعوت احرنوت ومعاريف كلاعب أساسي في المعادلة الإسرائيلية فقد تمكنت هذه الصحف المحافظة على التوازن ما بين المصالح السياسية والاقتصادية والدبلوماسية للرأي العام الإسرائيلي وأبدت هذه الصحف درجة كبيرة من المسؤولية الاجتماعية، فقد زودت الجمهور اليهودي بمعلومات تتلاءم مع الثقافة السياسية المهيمنة وامتنعت عن انتقاد السلطة وشعر الجمهور الصهيوني ان هذه الصحافة تقوم بالتغطية الوطنية والملتزمة بالإخبار.

ثانياً: الملكية والتمويل: أغلب الصحف الإسرائيلية تتبع إلى هيئات وجهات وشركات وأحزاب ومعظمها مستقل فهي أوسع انتشاراً وأكثر تأثيراً على الجمهور، وتتمحور ملكية أكبر الصحف في إسرائيل في ثلاث عائلات كما أشرنا بل وصل الأمر سيطرتها على صناعة الإعلام المتلفز والمذاع ودور النشر والإعلانات والدوريات.[1]

ومن هنا ومن حيث التمويل فان كل جهة تمول صحفها وكثير من الصحف يحظى بدعم حكومي بينما الصحف المستقلة تعتمد على مبيعاتها والإعلانات التي تنشرها فقد وصل دخل صحيفة "احرنوت" من الإعلان بنسبة 50٪، وفي هذا الصدد يقول نعومي شيفرد مراسل "نيوستيمان" البريطانية في تل أبيب انه حتى الصحف المستقلة تعتمد بعض الشيء على الضمانات الحكومية التي تقدم للصحف وعلى ما يقدمه القطاع الصناعي من الإعلانات، فيما نفى المحرر المسؤول في معاريف اريبه "دينيثيك" هذا الكلام قائلاً بان الحكومة لا تدفع للصحف شيئاً.[2]

1- الإعلام والصحافة في إسرائيل، الجمال، ص 65- 70.

2- الصحافة الإسرائيلية، سامي مهدي، ص 8- 9.

ثالثاً: تعدد اللغات: ان من أبرز خصائص الصحافة الإسرائيلية تعدد لغاتها فمن مجموع صحفها هناك أكثر من مئتين صحيفة تصدر بالعبرية والباقي بلغات أخرى، وأشارت الإحصائيات ان إحدى عشرة صحيفة من مجموع الصحف اليومية تصدر بغير العبرية وهي الجيروسليم بوست ولانغور مايسون واسرائيل باللغة الفرنسية وفياتا نوسترا بالروسية ولوميا نوسترا بالرومانية واليتزناريس باليديشية ويديعوت حدا شوت ويديعوت هيوم بالألمانية، وفار بالبلغارية ويوج كيليت بالهنجارية والأنباء والقدس بالعربية.

ويعود سبب هذه الظاهرة التي لا وجود لها في أي مكان في العالم إلى تنوع لغات اليهود المهاجرين لفلسطين المحتلة والمقيمين فيها ذلك ان هؤلاء بحاجة إلى صحف تصدر بلغاتهم لتسد رغبتهم في الاطلاع كما ان السلطات والأحزاب والهيئات والمؤسسات بحاجة من جهة أخرى إلى إيصال أصواتهم إليها، ولذلك فان تنوع لغات الصحافة الإسرائيلية أعطاها نوع من التخصص ذلك ان كل صحيفة وجدت نفسها ملزمة بتوجه خاص نحو الناطقين بلغتها فهي توليهم اهتماماً وتعنى بقضاياهم ومشاكلهم بل هي تتعقب على نحو خاص حتى أخبار الأقطار التي هاجروا منها وذلك لكي لا تقطع صلتهم وأقاربهم الذين ظلوا في تلك البلدان.[1]

رابعاً: تعدد اتجاهات الصحافة الإسرائيلية: أن هذا التعدد ناتج عن التعددية الحزبية فكل حزب يسعى إلى إنشاء صحيفة ناطقة باسمه وبعض الأحزاب تمتلك أكثر من صحيفة فحزب "ماباي" يمتلك تسعة صحف حزبية بعضها بالعبري وبعضها بلغات أخرى ولا يوازي المباي في عدد صحيفته إلا الهستدروت على أن الصحف الحزبية محدودة الانتشار والنفوذ وهي فضلاً عن ذلك غير مستقرة ومعرضة للتوقف أو الدمج كما حدث لجريدة "لامرجاف" التي دمجت بدفار عام 1971.

1- مرجع سابق، ص 9- 10.

خامساً: مركزية الصحافة: مركز الصحافة الإسرائيلية تل أبيب ففيها يتركز المراسلون ومنها تصدر وتوزع جميع الصحف اليومية بالرغم من وجود ثلاث صحف تصدر بالقدس وأبرزها الجيروسليم بوست فالقدس هي المركز الثاني للصحافة الإسرائيلية بعد تل أبيب ويعود هذا السبب لأهميتها الدينية والسياسية وإلى وجود طباعة متطورة وسبب مركزية الصحافة في تل أبيب بسبب مركزية النظام وتوجه السكان نحوها باعتبارها العاصمة والمركز الثقافي الأول وقد ساعد على هذا التمركز صغر مساحة إسرائيل وتوفر المواصلات السريعة بين المدن ووجود مراكز الأحزاب والمنظمات في تل أبيب نفسها.[1]

سادساً: توزع الصحف: رغم تمركز الصحافة الإسرائيلية في تل ابيب وما يفترض ان يخلقه هذا التركز من عقبات في التوزيع فان وسائل النقل والتوزيع متقدمة نسبياً في إسرائيل ذلك ان ضيق المساحة وتوفر وسائل النقل السريع قد ساعد على إيصال الصحف إلى كل مكان في وقت مناسب على ان هذا العامل الإيجابي تقابله عوامل سلبية أثرت تأثيراً عكسياً على سعة انتشار الصحف وأبرز هذه العوامل ما يلي:

1) تعدد السكان..

2) تعدد الأحزاب.

3) وجود عدد كبير من الصحف فبسبب هذه العوامل تشتت القراء وتشرذموا حول عشرات الصحف مما جعل التوزيع مصدراً ثانوياً من مصادر تمويلها وأوسع الصحف انتشاراً هي الصحف المستقلة.[2]

1- مرجع سابق، ص 9.

2- مرجع سابق، ص 10- 11.

سابعاً: مصادر الأخبار: تواجد في إسرائيل ثلاث وكالات أنباء هي وكالة اسويشدبرس الإسرائيلية "ايتيم" ووكالة الأنباء الإسرائيلية "انا" والوكالة اليهودية للبرق فضلاً عن مكاتب وكالات الأنباء الأخرى العالمية إلا ان ثقة إسرائيل بالوكالات الأجنبية شبه معدومة، وتعتمد الصحف الإسرائيلية بشكل عام على مراسليها ويمتاز هؤلاء المراسلون بانهم متنوعو الاختصاصات فهناك سياسيون وحزبيون وثقافيون وبرلمانيون وعسكريون وعماليون ونقابيون وزراعيون واقتصاديون وطلبة ورياضيون ومختصون بشؤون الهجرة والمقاومة العربية.[1]

ومن جهة أخرى فقد صنف الباحثون الصحافة الصهيونية ((الإسرائيلية)) إلى الأصناف التالية:[2]

أولاً: الصحافة الرسمية: ومهمتها أن تكون دائمة اليقظة للدفاع عن مصالح اليهود وأهدافهم.

ثانياً: الصحافة شبه الرسمية: ومهمتها استمالة المحايدين وفاتري الهمة لخدمة مصالح الصهاينة.

ثالثاً: الصحافة التي تتظاهر بالمعارضة والمخاصمة لليهود وللصهيونية: ومهمتها كشف أعدائهم الحقيقيين حتى يعرفوهم حق المعرفة فيسلطوا عليهم ما لديهم من وسائل لجذبهم وضمهم إلى صفهم أو مقاومتهم وتجميد نشاطهم أو تعطيل طاقاتهم.

أبرز الصحف الإسرائيلية المؤثرة على الرأي العام المحلي والدولي:

أولاً: صحيفة هارتس: وهي صحيفة يومية ناطقة باللغة العبرية وتعني "الأرض" صدرت عام 1915 في القدس وتعمل على جمع كل عناصر السكان اليهود

1- مرجع سابق، ص 13- 14.

2- الإعلام اليهودي المعاصر، يوسف محي الدين أبو هلاله، ص 69- 70.

وفقاً للتقاليد اليهودية، وهي من أقدم الصحف الخاصة وتملكها منذ تأسيسها عائلة "شوكن" وهي صحيفة مستقلة ولكنها تميل نحو تأييد أحزاب الوسط وخاصة أحزاب الأحرار المستقلين وتعتبر من أكبر الصحف الإسرائيلية اتزاناً ورزانة وتنشر آراء مختلفة ومتنوعة للمراسلين والمعلقين متعددي الاتجاهات، وكثيراً ما توجه النقد القاسي للحكومة والأحزاب والشخصيات السياسية.[1]

وتعتبر صحيفة هارتس من الصحف العامة في إسرائيل اذ انها تبنت منذ مستهل طريقها مواقف ديمقراطية معتدلة في المجالات الاجتماعية والاقتصادية وسارت مع معسكر ما يسمى بالسلام وخاصة في القضايا السياسية والأمنية، كما وأظهرت مواقف مستقلة ونافذة في مواضيع شتى، فقد تطلعت الصحيفة للتشبه بصحف نيويورك تايمز، والموند والتايمز وغيرها.

ولذلك طورت هيئتها التحريرية بحيث برزت بصورة نخبوية وفي مستوى عال ورفيع وتزعم انها تمارس المصداقية كما انها تنوعت في منتجها وبصورة عميقة، واعتبرت نفسها صحيفة النخب والمفكرين اذا انها منتشرة وسط النخب الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية ومعظم قراءها من الطبقة الوسطى والمتوسطة والعليا ولذلك تعتبر اقل الصحف انتشاراً في إسرائيل ويصل رواجها إلى 7٪ من قراء الصحف في يوم عادي وحتى 9٪ في نهاية الأسبوع، ومعظم مبيعاتها تعتمد على الاشتراكات اذ يصل عدد المشتركين نحو سبعين ألف مشترك من أصل 75 ألف نسخة من الصحيفة تباع في أيام الأسبوع العادية.

وبالرغم من كون الصحيفة اقل انتشاراً فقد نجحت في بناء شبكة صحف محلية وإقليمية عملت عائلة شوكن على تطويرها خلال عقد التسعينات اذ تمتلك هارتس 14 صحيفة محلية ناجحة.[2]

1- الإعلام اليهودي، ابو هلاله، ص 77.

2- الإعلام والصحافة في إسرائيل، د. امل الجمال، ص 57- 58.

وتعتبر صحيفة هاارتس شركة إعلامية قادرة للحافظ على مصداقيتها وصورتها الرصينة وحسب تقارير شركة Dan and Bradstreet سنة 1996 ، وتصنف الصحيفة من بين مئات الشركات الصناعية في إسرائيل وتقدر مبيعاتها السنوية بـ 96 مليون دولار ولها موقع على شبكة الانترنت.

وتبنت الصحيفة خطاً إعلامياً ليبرالياً يدعم المسار السلمي للتسوية لكنها لم تتخل عن المبادئ والأهداف الصهيونية وخاصة علاقة الإعلام بالجيش.[1]

ثانياً: صحيفة يديعوت احرنوت: صحيفة يومية سياسية مستقلة تأسست عام 1939 وهي صحيفة معادية للعرب وتنشر الأخبار المثيرة دون التحقق من صحتها وتحتل المرتبة الثانية بعد صحيفة معاريف من حيث الانتشار.[2]

وهي كما انها من أكثر الصحف رواجاً في إسرائيل منذ أواسط السبعينات اذ وصل توزيعها خلال عام 2004، 350 ألف نسخة وبذلك تشكل 43٪ من نسبة القراء الإسرائيليين بل وتصل إلى نسبة 54٪ وهذا دليل على نجاح الإدارة وهيئة التحرير للصحيفة.

وتمتاز الصحيفة بأسلوب مختصر واللغة السهلة والعناوين الملونة وهي ليست من الصحف الصفراء ولكنها ليست من صحف النخبة بل هي من الصحف الشعبية ، ومن أسرار نجاح الصحيفة فصلها ما بين السياسة الإدارية والمالية والتحريرية.[3]

1- مرجع سابق، ص 58.

2- الصحافة في إسرائيل، سامي مهدي، ص 30.

3- لمزيد من الاطلاع انظر الصحافة والإعلام في إسرائيل، الجمال، مرجع سابق، من ص 60- 62.

ثالثاً: صحيفة معاريف: وتعني "صلاة المساء" وصدرت عام 1947 بمبادرة صحفية انشقت عن صحيفة يديعوت احرنوت بقيادة المحرر "اليعازر كاليباخ"، ويطلق على الصحيفة كذلك اسم يديعوت معاريف ثم سميت باسمها الحالي معاريف، وكانت معاريف لفترة طويلة بملكية مشتركة لمحرريها وصحافييها ومستثمرين خاصين وفي عام 1988 تملك رجل الأعمال "روبرت ماكسويل" ثلث أسهم الصحيفة وبعد موته بيعت أسهم الصحيفة لشركة "هخشارات هيشوف" التي تملكها عائلة "نمرودي" وبهذا أصبحت الصحيفة الثالثة ذات الملكية العائلية.

سعت الصحيفة منذ تأسيسها الحفاظ على درجة عالية من المصداقية تجاه المجتمع اليهودي وعلى تزويد قرائها بمعلومات تتماشى مع منظور أصحابها الذين يعتبرون من ذوي المواقف السياسية القومية المحافظة وسرعان ما أصبحت الصحيفة الأكثر رواجاً خلال الخمسينات والستينات والسبعينات، وتوجهت الصحيفة إلى الطبقات المثقفة وإلى الطبقة المتوسطة العليا، وأصحاب وجهات نظر قومية وديمقراطية، انتشرت الصحيفة وسط هذه الطبقة التي انحدر معظمها من خلفية اشكنازية، وأدت التغيرات في التوزيع السكاني في المجتمع الإسرائيلي وعدم مرونة المحررين واعتراضهم على تنوع الآراء الواردة فيها إلى هبوط في حصيلة مبيعاتها ورافقت هذا الهبوط أزمات وخلافات داخلية أدت إلى رجوح كفة المنافسة لصحيفة يديعوت احرنوت التي أصبحت الصحيفة الأكثر رواجاً منذ أواسط السبعينات ولكنها بعد إدخال تعديلات جدية عليها تمكنت من إعادة بعض من مكانتها.

وبعد التسعينات أصبحت جزءاً من شركة كبيرة صاحبة مصالح اقتصادية واسعة في مجالات اقتصادية ومالية عدة وتم تعيين عوفرغرودي ابن رجل الأعمال يعقوب غرودي صاحب الامتياز محرراً رئيساً للصحيفة ورئيساً

لمجلس إدارتها والذي بإدخاله أجرى تغيرات شكلية على الصحيفة أخفى الفروقات بينها وبين منافستها صحيفة "يديعوت احرنوت".[1]

الإعلام الإذاعي والتلفزيوني في إسرائيل:

أولاً: الإذاعة الإسرائيلية في عهد الانتداب البريطاني: الإذاعة من أهم وأخطر وسائل الإعلام المسموعة فأول محطة إذاعية إسرائيلية في ظل الانتداب البريطاني أنشئت عام 1940 وهي محطة صوت إسرائيل ناطقة باللغة العبرية، وبدأت البث بصورة خفية وسرية بهدف خلق توازن مع صوت القدس البريطانية التي كانت تبث باللغتين العربية والعبرية على حد سواء، وجاء سبب إنشاء الإذاعة لمراقبة مؤسسات اليونيسيف "المجتمع اليهودي في فلسطين قبل إنشاء الكيان" من أجل تغذية الحس القومي اليهودي ضد العرب والتعبير عن الرؤيا الصهيونية للأحداث والمسائل الاجتماعية والسياسية في تلك المرحلة وقد بدأ بث محطة صوت إسرائيل سرياً لتجنب الخضوع للرقابة البريطانية، وقد استمر صوت إسرائيل في البث منتقداً حكومة الانتداب حيث مثلت وجهة نظر الصهيونية المتطرفة، وبعد انتهاء الانتداب البريطاني وقبل قيام الكيان الصهيوني في فلسطين أتحدث صوت القدس الناطقة باللغة العبرية التي كانت محطة رسمية لحكومة الانتداب مع صوت إسرائيل.[2]

ثانياً: الإذاعة الإسرائيلية بعد قيام الكيان: بعد إعلان قيام الكيان الصهيوني في فلسطين جرت تغييرات وتحسينات على الإذاعة الإسرائيلية الرسمية ففي البداية كانت محطة صوت إسرائيل هي الناطق باسم الكيان الصهيوني وأصبح كل العاملين اليهود الذين كانوا يعملون في سلطة الإذاعة البريطانية في فلسطين المنتدبة موظفين في وزارة الداخلية الإسرائيلية، وهكذا أصبحت

1- لمزيد من الاطلاع مرجع سابق، ص 63- 65.

2- الصحافة والإعلام في إسرائيل، د. الجمال، ص 129- 130.

سلطة البريد مسؤولة عن أعطاء خدمات إنشائية كتركيب أجهزة بث وتصليحها، وهكذا أصبح صوت إسرائيل وحدة حكومية داخل مركز الإعلام الذي يتبع مكتب رئيس الحكومة في سنة 1959، وبذلك أصبح صوت إذاعة إسرائيل جهاز الدولة الإيديولوجي، كما وتأسست عام 1950 محطة إذاعية أخرى باسم صوت صهيون للمنفى بمبادرة من حكومة إسرائيل ونقابة عمال الصهيونية العالمية، وكان الهدف من إنشاء هذه المحطة المحافظة على العلاقات ما بين الجالية اليهودية في المنفى والكيان الصهيوني، وكان الاتحاد السوفيتي سابقاً أحد أبرز الأهداف المركزية للبث باعتباره مستودعاً للمهاجرين اليهود إلى فلسطين وقد بدأ البث بعدة لغات ومضامين والوكالة اليهودية كانت مسؤولة عن سياسية البث وليس مركز الإعلام الصهيوني التابع لمكتب رئيس الحكومة على خلاف الوضع بالنسبة لمحطة صوت إسرائيل حيث استمر إرسال صوت صهيون للمنفى في البث كوحدة مستقلة حتى عام 1960 عندما ضم إلى صوت إسرائيل جراء إصلاح عام في كل ما يتعلق بالبث الإذاعية في إسرائيل.[1]

أما الإذاعة الإسرائيلية الحالية والتي يطلق عليها صوت إسرائيل فقد أنشئت بعد صدور قانون هيئة البث في إسرائيل عام 1965 وبموجب هذا القانون تم تشكيل هيئة مستقلة للإذاعة لها شخصية اعتبارية، ولكن هذا التشريع لم يدخل حيز التنفيذ إلا في 30 كانون أول عام 1968 وتعتبر هيئة البث الإذاعي جهازاً عاماً رسمياً تستمد صلاحياتها وأعمالها من القانون الذي حدد لها عملها كخدمة رسمية بهدف ما يسمى ابراز حياة الدولة ونضالها وإبداعها ومكاسبها وتعزيز للمواطنة وتقوية الارتباط بالتراث اليهودي وقيمه والتعريف بأهداف الدولة الصهيونية وتشجيع التعليم الحكومي والإبداع العبري وقد ألزم قانون الإذاعة ببث برامج ليهود الشتات والمهاجرين الجدد والعمل على تقديم برامج عربية جيدة لدفع المسيرة السلمية.[2]

1- مرجع سابق، ص 130- 131.

2- الصحافة الإسرائيلية، مهدي سامي، ص 20.

وبموجب هذا التشريع تم تعيين رئيس وأعضاء للهيئة مكون من 31 عضواً الرئيس وأربعة من الأعضاء موظفين حكوميين كذلك مندوب عن الوكالة اليهودية ويذكران رئيس الهيئة ونائبه من غير موظفي الدولة ، كما وجاء في تشريع القانون للإذاعة وجود وحدة مشرفة على الإذاعة لخدمة الإذاعة لمدة ثلاث سنوات غير قابلة للتجديد والهدف من تحديد المدة منح الإذاعة قسطاً كبيراً من حرية عرض مختلف الآراء والاتجاهات، وتمارس الإذاعة هذه الحرية بالفعل فتقدم بين الحين والآخر آراء الفئات المعارضة وتجري مقابلات مع زعماء هذه الفئات الذين يعرضون خلالها وجهات نظرهم وتبث الإذاعة برنامجين باللغة العربية وهو البرنامج العام وآخر موجه للجيش ناهيك عن الإذاعات المدرسية التربوية وبرنامج متخصص للأغاني والموسيقى ونقل نشرات الأخبار العبرية أثناء عرض البرنامج العام، كما تنقل إذاعة الجيش نشرة الأخبار للتلفزيون وتبثها في آن مع بثها من التلفزيون،ويذيع البرنامج العام 19 نشرة إخبارية في اليوم، وتبث الإذاعة برامج باللغات الانجليزية والصنجارية والايدشية والفارسية والعبرية والأسبانية والفرنسية ولهجة شمال أفريقيا والرومانية والروسية، وأهم البرامج الذي تبثها الإذاعة هو برنامجها باللغة العربية وتبلغ مدة البث 15 ساعة، ويتولى هذا البرنامج شن حرب نفسية على الشعوب العربية في فلسطين وخارجها، وخلال عام 1971 تم تقوية بث البرنامج العربي اذ جرى تشغيل أجهزة الإرسال الجديدة على الموجة المتوسطة.[1]

محطات الإذاعة الإسرائيلية:

أولاً: المحطة الرئيسة: وتقدم البرنامج الرئيسي حيث تبث إذاعة إسرائيل مجموعة كبيرة من المواد الإذاعية المختلفة تصل ساعات البث إلى 21 ساعة يومياً تتخللها أكثر من 19 نشرة إخبارية موجهة إلى المستوطنين اليهود ويذاع

1- الإعلام الإسرائيلي، د. غازي السعد، ومنير الهور، ص 22- 23 ولمزيد من الاطلاع انظر، الصحافة والإعلام في إسرائيل، أمل الجمال، ص 131- 139.

البرنامج الرئيسي على موجتين متوسطتين وعلى آخرين قصيرتين ولغة البث هي اللغة العبرية.

ان المحطة الرئيسية تستهدف الجمهور الداخلي "الإسرائيلي" وتسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

1) التقريب بين اليهود الغربيين "الاشكنازيم" واليهود الشرقيين "السفارديم" وذلك لمحاولة خلق جيل يهودي يؤمن بحبه لإسرائيل ويبتعد عن أي فرقة داخلية.
2) تقوية ارتباط اليهود بإسرائيل والتراث العبري وقيم الدين اليهودي.
3) تعزيز إبداع الأفراد وتكريس خدمة إسرائيل.
4) محاولة خلق شعور مشترك بين أفراد المجتمع اليهودي.
5) إيجاد صيغة قومية لليهود القادمين إلى إسرائيل.
6) محاولة خلق لغة عبرية فصيحة وموحدة بين اليهود وإسرائيل علماً بانه حتى عام 1965 كان المستوطنون يتكلمون 12 لغة عبرية مختلفة.
7) خدمة السكان اليهود داخل إسرائيل.

ثانياً: المحطة الثانية أو البرنامج الثاني: تقوم هذه المحطة برامج خفيفة ومبسطة باللغة العبرية للمهاجرين الجدد، وهذا البرنامج مخصص للإذاعة التجارية ويبث باللغة العبرية وبعشر لغات أخرى إلى المهاجرين إضافة إلى بث أخبار باللغتين الفرنسية والانجليزية، وكما وتذيع برامج خاصة ذات مستوى خاص وتم تخصيص برنامج يسمى الجامعة الشعبية وبرنامج خاص بالسائحين باللغة الانجليزية، وتهدف المحطة الثانية إلى ما يلي:

1) تعريف المهاجرين بإسرائيل وجغرافيتها وقوانينها، ومحاولة دمجهم بالمجتمع الإسرائيلي.
2) حشد اليهود المهاجرين وتثبيت عزيمتهم للتمسك بالأرض الجديدة وبحقهم في البقاء.
3) محاربة كل من يحاول إخراجهم.

ثالثاً: المحطة الثالثة أو البرنامج الثالث: وتقدم برامج موجهة حيث تبث إحدى عشرة لغة بما فيها العبرية، فقد أنشئت هذه المحطة عام 1960 على انها تجارية للإعلان والنشرات الإخبارية وتبث برامجها كذلك باللغات الانجليزية والفرنسية والعربية واليديشية والفارسية والرومانية والصنجارية وتهدف المحطة الثالثة إلى ما يلي:[1]

1) تقديم صورة مشرقة عن إسرائيل للعالم.
2) تشويه صورة العرب من خلال تقديم مواد تحرض على العرب بانهم إرهابيون ضد الحضارة الغربية وإسرائيل.
3) حث يهود بالعالم بالتبرع للمنظمات الصهيونية واليهودية التي تعمل من أجل إسرائيل.
4) حث اليهود من كل بقاع العالم للعودة إلى إسرائيل.
5) كسب الرأي العام العالمي فيما يتعلق بالصراع العربي الصهيوني.
6) توضيح المنجزات الإسرائيلية للعالم عموماً واليهود خصوصاً.

رابعاً: المحطة الرابعة أو البرنامج الرابع: وهو برنامج موجه وخاص للجمهور العربي ويذاع 52 ساعة في الأسبوع، وتعتبر المحطة الرابعة صوت الكيان الصهيوني باللغة العربية، وتهدف إلى ما يلي:

1) تبيان إخلاص دولة إسرائيل لمواطنيها العرب والعرب وراء الحدود.
2) الدفاع عن السياسة الإسرائيلية ومواجهة الحملات الإعلامية المعادية.
3) احترام التقاليد العربية.

خامساً: إذاعات أخرى: حيث يوجد في إسرائيل إذاعات تعليمية وترفيهية أخرى وبرامج مخصصة للأغاني والموسيقى ونقل الأخبار بالعبرية أثناء بثها من البرنامج العام.

1- مرجع سابق، ص 22- 23.

الإعلام التلفزيوني في إسرائيل:

ارتبط التلفزيون الإسرائيلي بحرب حزيران عام 1967، فقد انطلق البث التلفزيوني بشكل واقعي عام 1968 برئاسة "يشيعا تومر" متأخراً عن معظم الدول العربية ويرجع سبب ذلك إلى المعارضة الدينية الحادة التي كانت تقف موقفاً سلبياً من عملية البث التلفزيوني اذا ان الحاخامات يعتبرون بث الصور مخالف لتعاليم الدين اليهود، كما جاء سبب تأخر البث التلفزيوني إلى التخوف من الثقافة الغربية التي قد تساهم بالتأثير السلبي على التراث القومي والديني والوطني للإسرائيليين وأضعاف قيم الفكر الصهيوني.

هذا وقد بدأ البث التلفزيوني كما أشرنا عام 1968 حيث تم تخصيص معظم ساعات البث بثلاث لغات منها اللغة العربية لمواجهة الدعاية العربية والانجليزية والعبرية، وفي شهر أيار - 1968 تم الاختيار الأول للبث وذلك خلال المسيرة الأولى لقيام إسرائيل بعد مرور 20 عاماً ومع مرور الوقت أصبح البث يومي ومع مرور الوقت تم تخفيف القيود التي ميزت عمل التلفزيون الإسرائيلي كقلة الاحتراف وعدم التنسيق مع الهيئات الإدارية المختلفة وبرز التغيير خلال حرب تشرين 1973 اذا تم تغطيتها إعلامياً من طواقم التلفزيون الإسرائيلي التي رافقت القتال وأصبحت مصدراً رئيسياً لتزويد المعلومات حول ما يجري.[1]

ومن جهة ثانية بدأت محاولات إقامة قناة تلفزيون ثانية في إسرائيل أواسط السبعينات وفي عام 1986 بدأ البث التجريبي للقناة الثانية وكان البث محصوراً في وسط البلاد ولم يكن من الممكن التقاطه إلا بواسطة الصحون اللاقطة الخاصة.[2]

كما وجرى تطور في مجال الإعلام التلفزيوني اذ تمكن القائمون على التلفزيون حيث تم استحداث قناة تلفزيونية ثانية وقد بدأ العمل بهذه الفكرة منذ أواخر الثمانينات وأوائل التسعينات من القرن الماضي، وخلال شهر تموز 1993

1- مرجع سابق، ص 139- 142.

2- مرجع سابق، ص 160.

انطلق بث هذه القناة حيث قامت في بداية الأمر ببث برامج إخبارية ومجموعة من الأفلام السينمائية المثيرة والعنيفة والجنسية وخاصة يوم الخميس حيث تبث أفلاماً جنسية موجهة للجمهور العربي، كما وتبث أخبار الرياضة وبرامج الأطفال.[1]

وظائف التلفزيون الإسرائيلي:

انطلقت وظائف التلفزيون الإسرائيلي تبعاً لما جاء في قانون هيئة البث التلفزيوني حيث حددت المادة الثالثة منه على النحو التالي:

1) بث البرامج التربوية والثقافية والترفيهية والأخبار في مجالات السياسة والاجتماع والاقتصاد والمال والثقافة والعلوم والدين وذلك بهدف ما يلي:

أ) عكس حياة الدولة ونضالها وإبداعها ومنجزاتها.

ب) خلق مواطنين جيدين.

ج) دعم العلاقة ما بين التراث اليهودي ومبادئه وتعميق جذوره.

د) عكس حياة اليهود في بلاد المهجر.

هـ) توسيع الثقافة اليهودية ونشر الدعوة اليهودية.

2) دفع الإبداع العبري باللغة العربية.

3) بث البرامج باللغة العربية لتغطية رغبات السكان الناطقين بالعربية ودفع المسيرة السلمية مع الدول العربية المجاورة وذلك وفقاً للأهداف الأساسية للدولة.

مصادر الأخبار للتلفزيون الإسرائيلي:

يستقى التلفزيون الإسرائيلي أنباءه من مصادر عدة وعلى النحو التالي:

1) وكالة أنباء عيتم التي تأسست عام 1950 في تل أبيب.

1- لمزيد من الاطلاع انظر مرجع سابق، ص 20- 28.

2) الوكالة اليهودية للبرق ومركزها القدس.
3) شبكة المراسلين المنتشرين سواء على المستوى المحلي أو الخارجي.
4) الاعتماد على ما تبثه وكالات الأنباء العالمية ومحطات وشبكات التلفزة العالمية.

السينما في إسرائيل:

يوجد في إسرائيل عشر مؤسسات لإنتاج الأفلام أهمها: شعبة السينما في وزارة الدفاع الإسرائيلية وهيئة الأفلام المركزية والتي يبلغ معدل إنتاجها سبعين شريطاً في السنة، ويبلغ عدد دور السينما في إسرائيل 280 دار تتسع لحوالي مائة وسبعون ألف شخص، وتقدم عروضاً سينمائية في كثير من المستعمرات.[1]

ويدعم الكيان الصهيوني رسالة السينما وخاصة إقامة المهرجانات السينمائية، ففي القدس المحتلة أقيم مهرجان باسم المهرجان اليهودي العالمي للسينما والتلفزيون حيث تم تمويله من رجال المال والأعمال اليهودية عرض في المهرجان أكثر من ثلاثمائة فيلم عن اليهود تم إنتاجها في الدول الغربية خلال عامي 1974 - 1975 وأقيم ضمن فعاليات المهرجان ندوة حول صورة اليهود في وسائل الإعلام.

ان صناعة السينما الإسرائيلية تسعى إلى بلورة الأهداف الصهيونية ومحاولة إيصالها للمشاهدين سواء داخل إسرائيل أم خارجها فقد تم إنتاج مئات الأفلام التي تمجد اليهود والمستوطنين بمساعدة من المنظمة الصهيونية العالمية والهستدروت وجهات حكومية، وتشويه صورة العرب واتهامهم بالجبن أمام الجندي الإسرائيلي والمواطن الإسرائيلي، وكما أشرنا فان اليهود يملكون كماً هائلاً من الأفلام العالمية، وهناك أعداد كبيرة من إعلام ونجوم المتعاطفين والمسخرين لخدمة الدعاية الصهيونية، كما ان التغلغل الصهيوني وصل إلى المهرجانات العالمية التي تمتاز

1- الإعلام اليهودي، د. يوسف ابو هلاله، ص 81- 82.

ببريقها الأخاذ وازدياد مشاركة الشركات الدولية فيها وخصوصاً الغربية منها وخاصة مهرجان كان وبرلين.

ففي مهرجان كان السينمائي لعام 1984 تم عرض 26 فيلماً سينمائياً للصهيونية، وفي مهرجان كان عام 1986 تم عرض فيلم تحت عنوان "ريكوشيه" الذي أخرجه "ايلي كوهين" فقد تم تصوير الجيش الإسرائيلي بانه رسول المحبة والسلام وتحاول السينما الإسرائيلية تصوير الشعب اليهودي بانه شعب مقاوم وصامد ضد كل آلة القتل والإرهاب والإبادة العربية، وان الصهيونية هي حركة مسالمة تدعو إلى نشر السلاح والمحبة والوئام بين الشعوب وهي تدافع عن الحرية والعدالة، وان إسرائيل جاءت لإنقاذ العالم والكرة الأرضية من توحش الإرهاب العربي والإسلامي.[1]

الإعلام الالكتروني في إسرائيل:

أولاً: الكمبيوتر: نجحت إسرائيل في حقل تكنولوجيا المعلومات فقد تبنت الحكومة الصهيونية كمبيوتر لكل طفل يهودي خلال خمس سنوات، وقد ساعدت مجموعة من العوامل على انتشار الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات في إسرائيل للأسباب التالية:[2]

1) كانت التكنولوجيا العسكرية الإسرائيلية، ومازالت تتركز على التكنولوجيا العسكرية وذلك بسبب ظروف المواجهة مع العرب.
2) استفادت الصناعة العسكرية الإسرائيلية من مساعدات مالية وتكنولوجيا جاءت من دول وشركات غربية متعددة وخاصة من أمريكا وفرنسا وأخذت ببيع التكنولوجيا المتطورة وعقدت اتفاقيات لإنتاج بعض قطع ومكونات أنظمة الأسلحة في إسرائيل.

1- الإعلام الإسرائيلي ومواجهته، ص 31- 33.

2- الإعلام الإسرائيلي ومواجهته، ص 43- 44.

3) إتباع إسرائيل سياسة تشجيع الهجرة اليهودية في دول أوروبا الشرقية سابقاً فقد وصل عدد المهاجرين الروس إلى إسرائيل نحو مليون روسي من بينهم (62) ألف مهندس.

4) قرصنة اليهود لبرامج الكمبيوتر في الدول الغربية حيث ان هذه القرصنة آتاحت للشركات الإسرائيلية كسب الكثير من الخبرة بسرعة وبكلفة زهيدة، مع الإشارة هنا إلى ان نسبة القرصنة في إجمالي البرامج المستعملة في إسرائيل تصل إلى 90٪ في أواخر الثمانينات.

5) ادى خفض النفقات العسكرية الإسرائيلية في المدة الأخيرة إلى تمكن الكيان الصهيوني من دعم قطاع تكنولوجيا المعلومات وخاصة دعم الحاسوب المدني بحجم أكبر وبفعالية أكثر وذلك عن طريق تحسين مستوى تعليم الحاسوب في المدارس والمعاهد والجامعات الإسرائيلية مع الإشارة هنا إلى ان مستوى هذا التعليم كان متدنياً إلى حد بعيد في أواخر الثمانينات بسبب الأزمة الاقتصادية والمالية التي كانت تتخبط فيها إسرائيل.

6) الدعم المالي المباشر وغير المباشر لشركات الحاسوب الصهيونية.

7) من أبرز آثار الماضي العسكري للتكنولوجيا الإسرائيلية ان نشاطات قطاع البرامج في الكيان الصهيوني تركز تركيزاً شديداً على التطبيقات الخاصة بنظم الطيران والاتصالات الخاصة بالمركبات الآلية المختلفة من طائرات مأهولة دون طيار ودبابات وعربات مدرعة.

8) أهمية نشاطات الحاسوب في مجال البرامج التربوية وذلك في سعي الحكومة الإسرائيلية إلى تحسين مستوى التعليم في مجال الحاسوب الالكتروني ويترجم هذا السعي على أرض الواقع بدعم مباشر من الكيان الصهيوني لتطوير وتسويق هذه البرامج بالتنسيق الكامل مع مركز التربية التلفزيونية.

9) تركيز نشاط شركات الحاسوب في إسرائيل على البرامج المتعددة اللغات مع التركيز بشكل خاص على اللغتين العربية والعبرية.

واقــع الحاســوب الالــكترونــي "الحاســوب" في إســرائيل واســتخداماته الإعلامية الدعائية:

تشير المصادر والإحصاءات إلى ان تكنولوجيا المعلومات في إسرائيل شهدت توسعاً كبيراً حيث تشير إلى وجود نحو أكثر من 4800 شركة متخصصة في تكنولوجيا المعلومات المتطورة معظمها في مجتمعات صناعية مثل مجمع "تتخيون" في حيفا ومعهد "وايزمان" للعلوم في تل أبيب، حيث تبلغ صادرات هذه الشركات أكثر من تسعة مليارات دولار كل عام، يشكل القسم الأكبر في مجال الاتصالات والمواصلات الجزئية والشبكات المعلوماتية البيانية والطباعة المعلوماتية، وتستفيد معظم هذه الصناعات من خبرة التكنولوجيا العسكرية بصورة مباشرة نظراً لاعتماد نظم الأسلحة الحديثة اعتماداً كاملاً على المعلوماتية، وبالنظر إلى طبيعة العمل العسكري تتطلب تأمين اتصالات عسكرية آمنة ومحصنة ضد الاختراقات ووجود التمكن من معالجة المعلومات الواردة إلى الجنود بصورة فورية، ويتراوح النمو في صادرات برامج الحاسوب الإسرائيلية بين 20- 25٪ سنوياً، وقد ارتفعت الصادرات الإسرائيلية في مجال تكنولوجيا المعلومات بنسبة 600٪ بين الأعوام 1983- 1993، وهناك أكثر من مائتي شركة إسرائيلية متخصصة في هذا المجال يعمل فيها أكثر من 8000 مهندس للبرامج أي قرابة 5.3٪ من إجمالي المهندسين الإسرائيليين المتخصصين في المعلوماتية.(1)

الحاسوب والإعلام الدعائي:

إسرائيل تستخدم تكنولوجيا المعلومات باتجاه العرب استخداماً دعائياً وتجسسياً حيث ان الشركات الإسرائيلية تسعى وبكل وضوح إلى اختراق الأسواق العربية وغزوها وقد تمكنت في السنوات الأخيرة من تحقيق عمليات قرصنة وسطور واختراق لعمليات تجسس في بعض الدول العربية، كما وكشف "تيري بغيشر" في

1- مرجع سابق، ص 47.

كتابه "عين واشنطن" بان الموساد والسي أي أيه قد منحنا الكمبيوتر الأمريكي "بروميس" الذي قام بتطويره ونشره في معظم بلدان الشرق الأوسط والعالم لتحقيق الأهداف التالية:[1]

1) الاطلاع على أرشفة أجهزة الشرطة والاستخبارات والجيش في الدول الصديقة والمعادية.
2) مراقبة المؤسسات المالية مثل المصارف العالمية وخصوصاً البنك الدولي والصندوق الدولي.
3) متابعة البرامج النووية في العالم.

ويكشف "بغيشر" أكثر من ذلك قائلاً: "لقد استغل الإسرائيليون والأمريكيون هذا التطور التكنولوجي واستخدموا هيمنتهم ونفوذهم لنشر هذا الكمبيوتر مع تفخيخه أي باستخدامه كجاسوس لهم عبر تزويده بأجهزة تسمح لهم باختراق برنامج الكمبيوتر وقراءة كل ما يضعه منه صاحبة الفعلي ومن يستخدمه أي في كل مرة كان صاحب البرنامج يستخدمه لإدخال معلومات أو إعداد أرشيف كان هذا الأرشيف وتلك المعلومات تصل مباشرة إلى الأميركيين والإسرائيليين، وقد تم فضح هذا الكمبيوتر بعد أصابته بعطل فني واستدعاء صانعه للمساعدة على إصلاحه.

الاختراق الصهيوني للعرب في مجال الحاسوب:

لاحظنا فيما سبق حجم الإمكانات الصهيونية في مجال الكمبيوتر ومما لا شك فيه ان الخبرة الصهيونية تمكن الجيش الإسرائيلي باختراق النظم المعلوماتية الخاصة بالمؤسسات والهيئات الرسمية العربية من خلال القيام بعمليات اختراق وقرصنة للمعلومات المخزنة فيها أو زرعها بالفيروسات وخاصة اذا تم اشتغال البرامج الإسرائيلية في البلدان العربية في المستقبل.[2]

1- مرجع سابق، ص 45.

2- مرجع سابق، ص 46.

وقد حققت الشركات الصهيونية نجاحاً في برامج الاتصالات الحاسوبية وخاصة الاتصالات التي تتم بواسطة الشبكات الواسعة العابرة للقارات والتي تستعمل أسلاك الخطوط الهاتفية مثل شبكة الانترنت التي كثر استعمالها في الآونة الأخيرة، ومن هنا فان إسرائيل تستفيد من خبرة المعلومات والتكنولوجيا العسكرية، وهناك خطر أكيد وداهم على النظم والشبكات الكمبيوترية العربية اذا ما استعملت البرامج الإسرائيلية، وتتركز جهود الصناعات المعلوماتية في إسرائيل في المدة الأخيرة على تطوير أنظمة الطباعة الحاسوبية وعلى تطوير صناعة الشرائح.

ثانياً: الانترنت: لجأ الإعلام الإسرائيلي إلى استخدام شبكة الانترنت في تدعيم وجودها في الداخل من جهة وتوجيهه إلى المنطقة العربية بشكل خاص والعالم بشكل عام.

ومن هنا فقد اعتبرت إسرائيل المعلوماتية من أبرز الوسائل التي تعتمد عليها إسرائيل وجودها الداخلي والخارجي لإبراز صورتها، ولذلك اهتمت بهذا القطاع من خلال الدراسة الدقيقة ودعم مشاريع الانترنت وشبكاتها دعماً مادياً لكي تحقق أهدافها وخاصة وان تركيبة المجتمع الصهيوني باعتباره مجتمع مهاجرين، ولذلك فان أهم أهداف الصهيونية في إسرائيل اندماج اليهود متعددي الجنسية والأعراق في مؤسساتها فان المعلوماتية هي الحل بنظر إسرائيل.

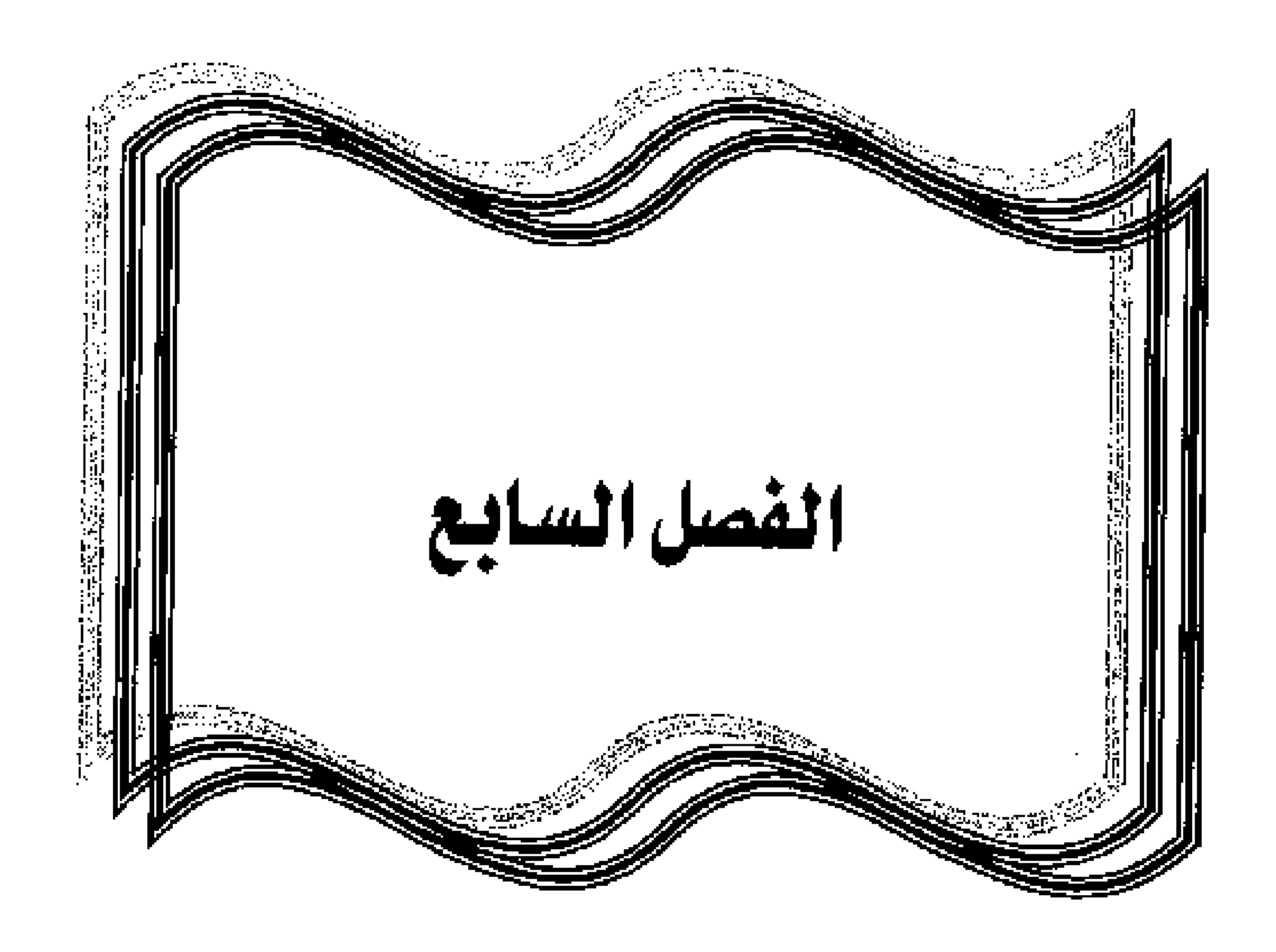
ولم تكتف الدولة الصهيونية باستخدام المعلوماتية والانترنت كأساس في السعي لتحقيق دمج المهاجرين في أراضيها وثقافتها وتاريخها بل تسعى لإشراك الإسرائيليين في حرب المعلوماتية وإطلاق الحملات الإعلامية بهدف القدح أو الإقناع أو غسل الدماغ فيما يتعلق بالنزاع القائم بين العرب عموماً وبينها وبين الفلسطينيين بشكل خاص.

أهداف إسرائيل في شبكة الانترنت:

يهدف الخطاب الدعائي الصهيوني على شبكة الانترنت تحقيق ما يلي:

1) **الدفاع عن النفس:** تسعى الصهيونية إلى تحقيق أهدافها الإستراتيجية ونشر هذه الأهداف من خلال الدفاع عن توجهاتها وأهدافها ومواجهة التحريضات التي تتعرض لها والدفاع عن وجودها.

2) **الإشادة بقدرات الجيش الإسرائيلي:** أي من خلال إيصال رسالة بان الجيش الأقوى في المنطقة وبانه الجيش الذي تملك قوة الردع العسكري في أي مكان، ولذلك تسعى المواقع الالكترونية الإسرائيلية على شبكة الانترنت تعبئة الجيش الإسرائيلي والشعب الإسرائيلي والضرب بيد من حديد على أي خصم كان وفي أي مكان.



مؤسسات الإعلام الإسرائيلي وأجهزته

مقدمة: كما أشرنا في الصفحات الماضية بان لا يوجد في إسرائيل وزارة إعلام تقوم بمهمة الإعلام الدعائي، ولكن بالمقابل تقوم بهذه المهمة أجهزة ومؤسسات أخرى فكل مؤسسة صهيونية في إسرائيل بدءاً من وزارة الخارجية والدفاع والمخابرات ورئاسة الوزراء والهستدروت، أي مسؤولية الدفاع عن إسرائيل وتحسين صورتها مسؤولية الهيئات الحكومية والأهلية والشعبية وليست محصورة في وزارة الإعلام كما هو معمول به في العالم العربي، ومن هنا فاننا خلال هذا الفصل سنستعرض أبرز الأجهزة ومؤسسات الإعلام الإسرائيلية وعلى النحو التالي:

أولاً: أجهزة الإعلام في وزارة الخارجية الإسرائيلية: تنطلق أهداف وزارة الخارجية الإسرائيلية بمهمات وتنفيذ وتحقيق أهداف الكيان الصهيوني أي تنفيذ السياسية الخارجية الصهيونية بالإضافة إلى طبيعة عملها في دعم العمل الدبلوماسي، وتعتبر الخارجية الإسرائيلية بكل مؤسساتها وأجهزتها الداخلية والخارجية جهازاً إعلامياً متكاملاً بل هي المحور الرئيسي والركيزة العامة للإعلام الصهيوني الخارجي أي الموجهة لدول وشعوب العالم الخارجي، كما انها الموجهة لدول وشعوب العالم الخارجي، كما انها هي الموجهة والمنسق لمعظم ومجمل نشاطات الإعلام الصهيوني في الخارج من خلال الجمعيات والهيئات الصهيونية في المجتمعات التي تتواجد فيها جاليات أو طوائف يهودية.[1]

ومن خلال النظر إلى الهيكل التنظيمي لعمل وزارة الخارجية الصهيونية فان لإسرائيل أكثر من 135 سفارة وقنصلية ومفوضية وممثليه دائمة في 103 من دول العالم وهي ممثلة في عضويتها باثنتين وخمسين منظمة دولية ومهنية متخصصة وحكومية بما فيها الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة يضاف إلى

1- الإعلام الإسرائيلي، غازي السعدي، ص 27.

هذا منظمات إسرائيل وهيئاتها الاقتصادية والعلمية والمهنية والثقافية في نحو ستمائة من الهيئات الدولية، وتهدف نشاطات وزارة الخارجية الإعلامية إلى ما يلي:[1]

1) تشجيع الهجرة إلى إسرائيل.
2) جمع التبرعات والمساعدات المالية من اليهود في الخارج إلى إسرائيل.
3) توثيق عرى الارتباط والتلاحم بين الدول والمجتمعات اليهودية في الخارج وإسرائيل بحيث تصبح إسرائيل هي الممثل الفعلي والناطق الرسمي باسم الصهيونية العالمية.

أبرز الأذرع الإعلامية لوزارة الخارجية:

يمكن حصر هذه الأذرع في ما يلي:

أولاً: دائرة الإعلام: بدأ العمل في دائرة الإعلام السياسي في وزارة الخارجية الإسرائيلية منذ عام 1970 وهي المسؤولة عن تنفيذ وتخطيط إستراتيجيات الخارجية الإسرائيلية لمخاطبة العالم الخارجي وللإعلام السياسي الإسرائيلي هيئة استشارية من كبار المثقفين والأكاديميين والمتخصصين في وسائل الإعلام لمساعدة وزارة الخارجية في رسم الخطط الإعلامية الإسرائيلية وعلى ضوء ذلك فقد تم تحديد المهام التي يقوم بها السياسي وعلى النحو التالي:[2]

1) الاتفاق مع وسائل الإعلام العالمية من صحافة ووكالات أنباء عالمية وشبكات تلفزة وإذاعة ووكالات انترنت ومواقع الكترونية على إصدار ملاحق خاصة عن الكيان الصهيوني.

1- الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع، د. عاطف المرفوع، ص 83- 84.
2- الإعلام الإسرائيلي، السعدي، ص 28- 29.

2) تنظيم سلسلة من المقابلات حول المناسبات الصهيونية العامة مثل الذكرى السنوية لما يسمى بمجازر النازية في أوروبا ضد اليهود وما يسمى بعيد الاستقلال "اغتصاب فلسطين" وذكرى حرب حزيران في أوسع نطاق.

3) إعداد وتوزيع مئات الكتيبات والكراسات وتوزيع مئات الكتب بمختلف اللغات الانجليزية والفرنسية والأسبانية والألمانية والبرتغالية والرومانية والسويدية والفنلندية والتركية واليونانية.

4) إصدار نشرتين دورتين تصف شهرية أحدها بعنوان "أخبار ومشاكل الشرق الأوسط" ، والثانية بعنوان صحائف حول خلفيات الأحداث وإرسال نشرات المكتب الصحفي التابع لرئاسة الوزراء لمكاتب الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون مباشرة ولاسيما أمريكا اللاتينية والأقطار الناطقة باللغة الفرنسية.

5) تنظيم المؤتمرات والمعارض والمشاركة بها مع التركيز على المحاضرات السياسية التي تتناول أوضاع الكيان الصهيوني.

6) إقامة علاقات وثيقة مع شبكات التلفزة الأجنبية والاتفاق معها بشأن تزويدها بالأفلام الوثائقية وغيرها مما يعده قسم الأفلام التابع لمكتب المعلومات المركزي وذلك بالتعاون مع وحدة ما وراء البحار التابع للمكتب.

7) إعداد مسلسلات جديدة من السلايدات والصورة الملونة حول مختلف جوانب الحياة الإسرائيلية والاتفاق مع دور السينما في الخارج وتزويدها بشكل دوري بشريط الأنباء الصهيوني الذي يعده قسم الأفلام التابع لمكتب المعلومات المركزية بالتعاون مع الدولة اليهودية.

8) تنظيم المحاضرات والجولات لدول أوروبا وأمريكا وأفريقيا وآسيا واستراليا.

9) دعوة عشرات الصحفيين من مختلف دول العالم وعشرات فرق التصوير التلفزيوني والمعلقين الإذاعيين.

10) تنسيق الاتصالات مع المنظمات الطلابية في الكيان الصهيوني والخارج لتنظيم النشاطات الإعلامية التي تقوم بها ومساعدة الطلاب الصهاينة على حضور الاجتماعات والندوات بالخارج وكذلك مساعدتها في نفقات طباعة المطبوعات والملصقات والنشرات التي يعدونها ، وتنظيم المؤتمرات والندوات الطلابية العالمية داخل إسرائيل.

11) تنظيم الحملات الإعلامية الخاصة الموجهة لليسار الجديد في صفوف الطلبة في أوروبا والولايات المتحدة .

12) نشر المجلات الملونة بلغات مختلفة باسم الكيان الصهيوني وتوزيعها في الخارج على الهيئات والمؤسسات والأفراد المدرجة أسماؤهم في قوائم البعثات الدبلوماسية الصهيونية.

13) إرسال القادة السياسيين والنقابيين وكذلك العلماء والأخصائيين في شتى مجالات المعرفة إلى الخارج لإلقاء المحاضرات والمشاركة في عقد الندوات العامة.

14) دعوة الشخصيات البارزة في كافة إنحاء العالم لزيادة الكيان الصهيوني والحلول ضيوفاً عليه.

ثانياً: دائرة التعاون الدولي: تأسست هذه الدائرة في عام 1958 لتنفيذ برامج التدريب في بلدان العالم الثالث في شتى جوانب الحياة ويمتد عملها إلى 80 دولة أفريقية وأسيوية وشرق أوسطية وأمريكية وأوروبية.[1]

هذا وتسعى دائرة التعاون الدولي للتسلل من خلال هذه النشاطات إلى شتى جوانب الحياة، وقد كان من عوامل نجاح مخططات هذه الدائرة النفاذ إلى آسيا وأفريقيا وهو فتح طريق الملاحقة أمامها عبر خليج العقبة ومضايق تيران على أثر حرب السويس، وتشتمل البرامج التي تنفذها هذه الدوائر التدريب على مهمات

1- الإعلام الإسرائيلي، د. عاطف الرفوع، ص 85.

متنوعة عديدة ابتداء من أساليب مكافحة الأزمات الزراعية حتى الطب والهندسة وإدارة النقابات العمالية.[1]

أهداف دائرة التعاون الدولي الإسرائيلية:

تتحدد أهداف دائرة التعاون بالمهام التالية:[2]

1) إرسال الخبراء للخارج والأشراف عليهم.
2) قبول الراغبين بالدراسة والتدريب داخل إسرائيل من أبناء الدول النامية.
3) تنظيم الندوات والمحاضرات داخل إسرائيل.

ومن جهة أخرى وفي ذات السياق فان إدارة التعاون الدولي تسعى لقبول المتدربين والطلاب الأجانب الذين يتلقون تدريبهم داخل الكيان الصهيوني وينتمون إلى البلدان النامية في القارات الثلاث ويتابع بعض هؤلاء الطلاب دراستهم في دورات خاصة يمنحون بعدها شهادات علمية، علماً بان المدة الزمنية التي يقضونها في الدراسة تقل كثيراً عن المدة التي يقضيها الطلاب الصهاينة في نفس التخصصات.[3]

وأبرز المعاهد والجامعات الخاصة التي يتلقى فيها هؤلاء المتدربون دراستهم هي:[4]

1) **الجامعة العبرية:** فقد أجرت أول دورة تدريبية في الإدارة القانونية للقضاة المسجلين في المحاكم الأفريقية عام 1966.

1- الإعلام الإسرائيلي، السعد والهور، ص 29- 30.

2- الإعلام الإسرائيلي، د. عاطف الرفوع، ص 85.

3- مرجع سابق، ص 30.

4- أضواء على الإعلام الصهيوني، د.منذر عنبتاوي، منشورات منظمة التحرير الفلسطينية، ص 154.

2) **المعهد التكنولوجي في حيفا**: وقد خرجت الدفعة الأولى من الافرواسيوية 24 طالباً عام 1966 ويتلقى الطلبة علومهم باللغة الفرنسية والانجليزية.

3) **المعهد الافرواسيوي**: ومقره تل أبيب وطلابه من الوافدين من الدول الأسيوية والأفريقية كما يدل ذلك على اسم المعهد إلا انه يضم استثناء طلاب من دول أمريكا اللاتينية حيث يتلقون علومهم وتدريبهم باللغة الأسبانية تنفيذاً لاتفاق خاص عقد الكيان الصهيوني مع منظمة الدول الأمريكية في عام 1966، وقد أسس الاتحاد العام لنقابات العمال في إسرائيل "الهستدروت" هذا المعهد سنة 1960، ويساعد في تمويله اتحاد العمال الأمريكي وبعض النقابات العمالية الغربية.

4) **مركز جبل الكرمل الدولي للتدريب**: ومقره في حيفا، حيث يقوم المركز بتدريب النساء الوافدات من دول العالم الثالث على خدمات تنمية المجتمع المحلي وهو ينظم ندوات سنوية تناقش فيها المشاركات حالة بلادهن ومشاكلها، وقد ساهم في إقامة هذا المشروع وزارة الخارجية الصهيونية وبلدية حيفا وثلاث جمعيات نسائية سويدية، وتشير المصادر كذلك انه حتى نهاية عام 1970 بلغ عدد الشباب الذين تم تدريبهم داخل الكيان الصهيوني بمقتضى هذا البرنامج 13 ألف متدرب، كما تم تدريب نحو ستة آلاف آخرين حضروا دورات أعدها الكيان الصهيوني في بلدان المتدربين أنفسهم، وخلال المدة ذاتها أكمل نحو 3500 خبير ومدرب صهيوني مهمات تدريبية في بلدان العالم الثالث المشمولة في هذا البرنامج.

ومن الجدير بالذكر ان دائرة التعاون الدولي تتعاون في إعداد وتخطيط برامج التدريب مع كل من مركز التعاون والإنماء الزراعي للبلدان النامية ودائرة التدريب الخارجي في وزارة الزراعة ودائرة التعاون والارتباط الخارجي في وزارة

الحرب ومع وزارة الصحة ومعاهد البحوث والتعليم العالي والهستدروت ووكالات الاستيطان.[1]

ثالثاً: دائرة العلاقات الثقافية والعلمية: ان مهمة هذه الدائرة تطوير علاقات إسرائيل مع دول العالم الأخرى في المجالات العلمية والثقافية والفنية لخلق صورة عامة زاهية لإسرائيل في العالم، وتقوم بالمهمات التالية:[2]

1) عقد اتفاقيات التعاون العلمي والثقافي والفني مع بلدان العالم الخارجي.
2) نشر التراث العبري الأدبي والفكري من خلال توزيع الكتب العبرية وترجمتها إلى اللغات الأخرى.
3) توجيه الدعوات إلى المثقفين والعلماء والكتاب لزيارة إسرائيل وتنظيم زيارة العلماء والكتاب الإسرائيليين لدول العالم الخارجي.
4) رعاية المؤتمرات والندوات والحلقات العلمية والفنية والثقافية في إسرائيل وتشجيع العلماء والمثقفين والفنانين على الاشتراك في مثل هذه الملتقيات والمناسبات في الخارج بما يكسب إسرائيل مكانة رفيعة لدى الأوساط العلمية والفنية والثقافية في العالم.
5) تنظيم زيارة الفرق الرياضية والمسرحية والموسيقية الإسرائيلية للبلدان بالعالم الخارجي.
6) تنظيم المعارض الثقافية والفنية في الخارج.
7) إصدار المجلة الدولية "ابريال" التي تعنى بشؤون الثقافة باللغات الانجليزية والفرنسية والأسبانية والألمانية.

رابعاً: المكتب الصحفي بوزارة الخارجية: تقع مسؤولية هذا المكتب من خلال القيام بتزويد الصحافة المحلية والمراسلين الأجانب بالأنباء يومياً وترتيب مقابلات

1- مرجع سابق، ص 30- 31.

2- مرجع سابق، ص 86- 87.

الصحفيين لمسؤولي الخارجية الإسرائيلية، وكذلك إرسال ملخص يومي بمحتويات الصحافة الصهيونية لبعثات الكيان الصهيوني الدبلوماسية في الخارج وتنسيق ما يرد من البعثات الدبلوماسية من ملخص أقوال الصحف الخارجية وتوفير خدمة صحيفة طوال 24 ساعة سواء للمراسلين المحليين أو لوسائل الإعلام في الخارج بواسطة خط الهاتف الدولي المفتوح على مدار الساعة.

خامساً: قسم رعاية الضيوف الرسميين: يتولى هذا القسم إعداد برامج زيارات الضيوف الرسميين حسب رغبة وذوق وأهواء كل منهم للفوز برضاهم، ففي عام 1969 بلغ عدد الضيوف للخارجية الإسرائيلية الرسميين 1500 ضيف يمثلون 71 بلداً جاءوا في زيارات فردية وجماعية، ومنها ما كان زيارات خاصة أو لحضور مؤتمرات وكان من بين هؤلاء رؤساء دول ورؤساء وزارات ورؤساء برلمانات وصحفيين ورجال أعمال ورجال اقتصاد وقانون وأساتذة جامعات وطلبة وكتاب وفنانين وأطباء.[1]

ثانياً: مركز الإعلام في وزارة التربية والتعليم: يتبع هذا المركز رئاسة الوزراء تحت مسمى مكتب المعلومات المركزية وتم نقله عام 1970 إلى وزارة التربية والتعليم حيث سمي بمركز الإعلام، ويتولى هذا المركز إعداد وتوجيه جانب أساسي من الإعلام الداخلي والموجه إلى المجتمعات اليهودية ومجتمعات العالم الخارجي بوجه عام، وقد تحددت مهام هذا المركز بالأعمال التالية:[2]

1) تجنيد المتحدثين والخطباء في الاجتماعات العامة التي تعقد داخل إسرائيل لإحياء المناسبات العامة مثل ذكرى مذابح اليهود على يد النازية وذكرى انتفاضة "الجيتو" اليهودي في وارسو.

1- مرجع سابق، ص 32.

2- الإعلام الإسرائيلي، د. أمل الجمال، ص 88.

2) عرض الأفلام التوجيهية التربوية في القرى والمراكز والمدن والأحياء والأماكن الأخرى.

3) تنظيم جولات لزيارة المعالم المهمة داخل إسرائيل.

4) تنظيم جولات سينمائية شهرية لقرى العرب ومضارب البدو في فلسطين.

5) تشجيع الطلبة الجامعيين وطلاب المعاهد العليا في إسرائيل والخارج على التطور في مشروع استيعاب المهاجرين الجدد ومساعدة قرى الحدود.

6) التركيز على الدعاية في صفوف الإسرائيليين والسياح في الخارج.

7) تشكيل لجان إعلامية لخدمة منظمات صهيونية مثل الماسونية واندية الروتاري والليونز وعدد من جميعيات الصداقة بين إسرائيل والدول الأخرى، وتزويدها بأكبر قدر من المواد لتتولى توزيعها وتعميمها على مختلف فروعها في البلدان الأخرى.

8) توجيه السياحة وبث الدعاية الإسرائيلية بينهم والسعي إلى إقناع اليهود منهم بالإقامة في إسرائيل وتنظيم أمسيات من نوع أسئلة وأجوبة للسياح الشباب الذين يمضون فترات في الكيبوتسات تم إرسال بطاقة التهنئة بالسنة الجديدة وشهادات التقدير من الكيبوتسات إليهم.

9) إعداد مطبوعات ونشرات إعلامية متنوعة ولاسيما حول قضايا الساعة.

10) إعداد أفلام إعلامية تتناول موضوعات شتى مثل "إسرائيل تتكلم، واللواء، وعمليات في حرب الأيام الستة، ومهاجر يتحدث إلى مهاجر" ويتم تسجيل الصوت على مستوى هذه الأفلام.

ثالثاً: أجهزة الإعلام في وزارة الدفاع: يتشكل الإعلام في وزارة الدفاع من الآتي:

1) جهاز التعاون والارتباط الخارجي في وزارة الدفاع: فقد انشئ هذا الجهاز عام 1959 بعد ان تعاظمت موجة الاستقلال في الدول الأفريقية لكي تستغل

إسرائيل الفرصة التي أتيحت لها لفتح مضيق شرم الشيخ أمام الملاحة في ميناء ايلات باتجاه الأقطار الأفريقية والآسيوية على أثر حرب السويس فاستقبلت الأحداث وخططت برامج تدريبية في شتى المجالات مدركة ان هذا البرامج التدريبية هي ما تحتاج إليه الدول الأفريقية الناشئة نظراً لافتقارها إلى الكوادر المدربة الضرورية لتصريف أمور الدول والقيام بأعباء إدارتها وتنفيذ مشروعات التنمية فيها، وقد راهنت الحكومة على ان هذه الدول الناشئة الحذرة من التعامل مع الدول الكبرى والحساسة من ناحية سيادتها الوطنية ستفضل التوجه إليها طلباً للتدريب والخبرة الفنية على اللجوء إلى معونة الدول الأوروبية والأمريكية ويضم هذا الجهاز الأقسام التالية:

1. قسم مساعدة الأقطار العربية.
2. قسم أمريكا اللاتينية.
3. الأبحاث والمنشورات.

ويتمثل عمل هذه الدائرة في إدخال الأنظمة الإعلامية شبه العسكرية إلى الدول النامية تحت أشراف خبراء من الضباط ومن هذه الأنظمة شبه الإعلامية منظمة "الناحال" وهي منظمة الشباب الطلائعي المقاتل ويتدرب المتطوعون فيها على الأعمال العسكرية كافة بما في ذلك الهبوط بالمظلات مدة 30 شهراً للرجال و24 شهراً للنساء.[1]

2) دار النشر في وزارة الدفاع: تتولى إصدار عدد كبير من المجلات والكتب الموجهة إلى منتسبي مختلفة الأسلحة في الجيش وأهم المجلات مجلة "بحنية" أي الثكنة، وهي مجلة الجندي الأسبوعي ان جميع المجلات توزع أكثر من

1- الإعلام الإسرائيلي، الرفوع، ص 89.

مائة وأربعين ألف نسخة، وفي سنة 1970 نشرت الدار 19 عنواناً وزعت 127 الف نسخة باللغة العبرية.[1]

3) **متاحف الجيش الإسرائيلي**: تهتم وزارة الدفاع الإسرائيلي بإنشاء المتاحف العسكرية المتنوعة كوسيلة من وسائل الإعلام الداخلي، ومن بين تلك المتاحف "بيت الهاجاناه" في تل أبيب والهجرة الغير مشروعة، ومتحف البحرية، ومتحف بيت "ها شومير" أي بيت الحارس في "كفر جلعادي" وتهدف هذه المتاحف إلى تنمية الشعور القومي لدى المستوطنين الإسرائيليين وتوثيق عرى ارتباطه العاطفي المطلوب بالجيش والصهيونية بشكل عام.[2]

رابعاً: أجهزة الإعلام في مكتب رئيس الوزراء: يتكون هذا المكتب من الأقسام التالية:

1) **المكتب الصحفي للحكومة**: وهو اللسان الناطق باسم الحكومة في مواجهة الصحافة المحلية والأجنبية ويهتم بتقديم الخدمات الصحفية السريعة والفعالة لرجال الصحافة المحلية والأجنبية ويضع تحت تصرفهم التسهيلات المناسبة حيث يساعدهم في الوصول إلى أماكن الأحداث وهو الذي ينظم المؤتمرات والمقابلات الصحفية التي يعقدها المراسلون الصحفيون مع المسؤولين الصهاينة، وتمثل غرف الأنباء في المكتب الصحفي قسماً للأبحاث ومكتبة للمراجع والأرشيف، وعدداً من الموظفين للإدلاء لخدمة المراسلين الأجانب ويضم المكتب قسماً للمطبوعات يصدر المنشورات التالية:[3]

أ- **نشرة أخبار يومية باللغتين العبرية والانجليزية** تتضمن النشرة اليومية افتتاحيات الصحف العبرية وترجمة انجليزية للخطب الهامة التي يلقيها

1- مرجع سابق، ص 90.

2- مرجع سابق، ص 90

3- الإعلام الإسرائيلي، السعدي والهور، ص 38.

المسؤولون الصهاينة وتوضع الترجمات تحت تصرف الصحافة الأجنبية قبل إلقاء تلك الخطب كما تتضمن النشرة من الأخبار الداخلية ما يهم الصحافة الأجنبية ومعرفته أو بقدر ما تريد الحكومة ان تعرفه.

ب- **ملخص أسبوعي باللغة الانجليزية**: يتضمن معلومات عامة وأهم التصريحات والأحداث الداخلية، ويرسل بهذا الملخص إلى البعثات الدبلوماسية الإسرائيلية في الخارج وإلى الصحفيين والممثلين والأجانب المقيمين في إسرائيل.

ت- **مختار إسرائيل**: ويصدر باللغة الانجليزية كل أسبوعين متضمناً أهم البيانات الحكومية وعرضاً لأهم الأحداث خلال أسبوعين.

ث- **حقائق عن الكيان الصهيوني**: وهو كتاب يصدر سنوياً ويرسل به بالدرجة الأولى إلى المراسلين الأجانب، وتقوم وزارة الخارجية بتوزيع مئة ألف نسخة منه سنوياً بلغات مختلفة في كافة إنحاء العالم، كما يقوم المكتب بإصدار كتيبات باللغات متعددة في مختلف المناسبات.

2- **قسم التعليم والنشر**: ومهمته تخطيط وتنفيذ الإعلام الحكومي الموجه إلى المجتمع الإسرائيلي وتوجيه الرأي العام المحلي من خلال شتى وسائل الإعلام.

3- **مكتب الإرشاد المركزي**: وهو يشكل مع المكتب الصحفي للحكومة دائرة واحدة مرتبطة بمكتب رئيس الحكومة، ويعنى هذا المكتب بالدرجة الأولى بنشر المعلومات عن نشاطات الحكومة ومشاكلها وأهداف الدولة ومنجزاتها على وجه الخصوص وكل ما يتصل بترسيخ الوحدة الثقافية والروحية والاجتماعية والمدنية لدى السكان المستوطنين الصهاينة والمهاجرين الجدد بوجه خاص، وتعميق ارتباطهم وولائهم للدولة الصهيونية ويتبع لهذا المكتب قسمان:

1. **قسم الأفلام** : ويقوم بإعداد الصور الإعلانية لتوزيعها محلياً وخارجياً عن طريق الممثلين الدبلوماسيين الإسرائيليين في الخارج والوزارات وممثلي

الصحافة الأجنبية والمعارض الدولية التي تشارك فيها إسرائيل، كما يصدر القسم نشرات إخبارية وسينمائية توزع في الخارج بواسطة وزارة الخارجية والوكالة اليهودية في أكثر من مئة طبعة باللغات العبرية والانجليزية والأسبانية، وينتج أفلاماً وثائقية لعرضها في دور السينما وشبكات التلفزيون الأجنبية وإعادتها للمكتبات الأجنبية والاشتراك بها في المعارض والمهرجانات الدولية.

2. **وحدة ما وراء البحار:** وهي تعمل من أجل تقوية العلاقات بين الدول والهيئات اليهودية وغير اليهودية في الخارج عن طريق تنظيم الندوات والمؤتمرات والدراسات والرحلات، وإرسال المحاضرين والأفلام للخارج، وتعمل هذه الوحدة بتعاون وثيق في جميع مجالات البرامج الإعلامية في الخارج.

ان وحدة ما وراء البحار هي التي تصدر الكتاب السنوي الإسرائيلي "الحولية" وهو النشرة الحكومية الرئيسية وتتصدر هذا الكتاب عادة مادة يكتبها رئيس الوزراء وهو يتضمن تقارير عن أعمال الوزارات والكنيست وبنك إسرائيل والوكالة اليهودية والصندوق القومي وديوان المحاسبة.[1]

خامساً: النشاطات الإعلامية لوزارة السياحة: تعتبر السياحة في إسرائيل مصدراً من مصادر الدخل غير المنظور إضافة إلى كونها وسيلة إعلامية يمكن عن طريقها الاتصال بالجماهير وعرض مختلف الصور والمعلومات لهم، وتشارك أجهزة الصهيونية المختلفة في تشجيع السياحة إلى إسرائيل حيث تنتشر المكاتب السياحية المرتبطة بالوكالة اليهودية في جميع إنحاء العالم، كما ان المزارع الجماعية "الكيبوتز" في إسرائيل تستوعب أعداداً هائلة من السياح للعمل فيها من مختلف الأديان ليعودوا وهم يحملون نجمة إسرائيل على

1- الإعلام الإسرائيلي، الرفوع، ص 91- 93.

صدورهم كما تقول صحيفة "الجروسليم بوست" إضافة إلى ذلك فالهستدروت سعت إلى إنشاء وحدة للعمل على تشجيع السياحة بين العمال والمهنيين، وتنظم إسرائيل للسياح والشباب الوافدين برامج حافلة ومشوقة ومغرية أيضاً في المستوطنات التعاونية الإسرائيلية، وتدعو اليهود منهم للمساهمة في الحياة العملية بالعمل يومياً ست ساعات في تلك المستوطنات لقاء أجور، وتعمل إسرائيل كذلك على تبادل الإعلانات السياحية بين البلدان المختلفة ولإسرائيل نشاط واسع في توجيه الدعوات لمسؤولي الشركات والتنظيمات السياحية في العالم لزيارتها وتعمل بدأب متواصل للتوسع في إنشاء الفنادق السياحية، وتدريب مرافقي السياح والتخفيف من الإجراءات الجمركية والاهتمام بوسائل النقل.[1]

كما وتستغل إسرائيل السياحة لبث إعلامها بالأساس بين السياح اذ تدرك ان كثيرين من السياح يقومون عند رجوعهم إلى بلادهم بالكتابة عن مشاهدتهم في إسرائيل أو التحدث عنها في وسائل الإعلام المتلفزة والمذاعة والمطبوعة وفي الندوات والجمعيات والنوادي، ولذلك تحرص على بث دعايتها بين السياح بأشكال مختلفة فهي تنظم أمسيات سياحية في أماكن تجمع السياح بالتعاون مع شركات الطيران وشركات الملاحة تتضمن محاضرات عن إسرائيل وتسمح للسياح بتوجيه الأسئلة والاستفسارات وتكثر من طبع النشرات السياحية التي تتضمن دعايات سياسية ذكية مغلفة ففي عام 1969 أعدت وزارة السياحة أكثر من 50 نشرة سياحية وزعت منها في شتى إرجاء العالم قرابة ستة ملايين نسخة علاوة على الخرائط والصور والملصقات والكلمات والتسجيلات الصوتية والغنائية واستجلابها أعداد كبيرة من الشخصيات ذات التأثير الاجتماعي.[2]

1- الإعلام الإسرائيلي، عطوي، ص 36- 37.

2- الإعلام الإسرائيلي، الرفوع، ص 93.

سادساً: الجامعات والمعاهد المختصة: تنبهت إسرائيل إلى أهمية الجامعات والمعاهد باعتبارها من أهم وسائل الإعلام والدعاية ولذلك سخرت التعليم لدعم مفاهيمها ونظرياتها المختلفة بما يتطابق مع الايدولوجيا الصهيونية وأهداف إسرائيل، والخبراء يعتبرون التعليم أداة دعائية لانه عملية تربوية يتم عن طريقها نقل ميراث ثقافي واجتماعي من جيل إلى آخر بل ان التعليم عامل أساسي في القضاء على التخلف ومقياس دقيق لمدى تقدم الشعوب والأمم في ميادين الحضارة والتقدم، إلا ان الحركة الصهيونية وجدت في الجامعات والمعاهد وسيلة من وسائل الدعاية لها حيث سخرت التعليم لدعم مفاهيمها ونظرياتها، وهكذا كانت ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية بالأمس والحركة الصهيونية اليوم.[1]

ولذلك سعت إسرائيل لتوجيه التعليم والجامعات والمعاهد لنشر الإعلام الإسرائيلي وتوجيه الطلبة سواء أكانوا إسرائيليين أم كانوا من الأجانب الذين يدرسون فيها، وهكذا أنشئت الجامعات الإسرائيلية كالجامعة العبرية التي تأسست في القدس عام 1918 وجامعة تل أبيب عام 1953، وجامعة بار ايلان عام 1955، وجامعة النقب في بئر السبع 1969، ومعهد وايزمان العلمي الذي تأسس عام 1934، والمعهد التكنولوجي والهندسة التطبيقية وهو من أقدم المعاهد العلمية في إسرائيل والذي أنشئ عام 1924، إضافة إلى معاهد أخرى.

ويتمثل الدور الإعلام الذي تقوم به المؤسسات التعليمية من خلال عملية الاتصال على المستويين المحلي والمتمثل بالاتصال بين الطلبة مع بعضهم أو الاتصال بين الطلبة والأساتذة إضافة إلى المستوى الخارجي من خلال ارتباطات كل المؤسسات مع دور العلم والتكنولوجيا والمناطق المجاورة لها الجغرافية والاجتماعية من جميع الوجوه لكي ترسم خططها بدقة بناء على معطيات علمية موضوعية

1- الإعلام الإسرائيلي، السعدي، ص 40.

للاهتداء إلى أسهل الطرق وانجحها لتنفيذ أهدافها المرسومة ومن هذا المنظور يمكن فهم الحافز وراء قدوم البعثات الاستكشافية في الربع الأخير من القرن التاسع عشر حيث أجرت مسحاً شاملاً للأرض من جميع النواحي الجغرافية والاجتماعية أي ان الحركة الصهيونية قد باشرت دراساتها العلمية للواقع حتى قبل ان يلتئم الشمل في المؤتمر الأول في بازل عام 1897.[1]

وفي إسرائيل اليوم عدة معاهد تتابع واقع مختلف الدول العربية وما يطرأ عليها من تطورات في شتى المجالات والميادين والنواحي أولاً بأول وتحول ما ستستخلصه من نتائج واستنتاجات إلى دوائر الدولة المختصة للاستفادة منها في تخطيط ورسم سياساتها ورسم خط سيرها وأهم هذه المعاهد ما يلي:[2]

1) **معهد الشؤون العربية في الجامعة العبرية**: يعمل به خبراء أبحاث في الشؤون العربية يضعون دراسات خاصة بناء على طلب الجهات الرسمية في الحكومة.
2) **معهد روبين شلوم**: يقوم بمسح الصحافة الصادرة في جميع الدول العربية ليستخلص منها الحقائق والوقائع والمعلومات والبحوث التطبيقية والاجتماعية التابع لشركة واصف.
3) **معهد الاتصالات** : التابع لجامعة تل أبيب.
4) **معهد النادي الشرقي**.
5) **المعهد الإسرائيلي**.
6) **معهد الأبحاث**: التابع لمكتب رئيس الوزراء.
7) **معهد الأبحاث الاجتماعية**: التابع للجامعة العبرية.

1- الإعلام الإسرائيلي، الرفوع، ص 94.

2- مرجع سابق، ص 95.

8) **معهد الاستماع الإذاعي:** معهد تابع لرئاسة الحكومة ومهمته تسجيل البرامج المذاعة من الإذاعات العربية ودراستها وتحليلها واستخلاص الاستنتاجات منها ووضعها ضمن الصورة السياسية للعالم العربي.

9) **معاهد استطلاع الرأي العام:** وعددها عشرة معاهد على النحو التالي:

1. معهد بوري.
2. معهد مودعين ازراحي.
3. معهد سميث.
4. معهد جالوب.
5. معهد واصف.

تاسعاً: الصحافة الإسرائيلية: لقد تناولنا هذا الموضوع في الفصل السابق بتوسع.

عاشراً: أجهزة المخابرات والاستخبارات: قد يبدو الأمر غريباً للوهلة الأولى بان يتم إدراج الاستخبارات الصهيونية ضمن أجهزة الإعلام، غير ان المتتبع لتاريخ الحركة الصهيونية يجد ان الاستخبارات الصهيونية قد لعبت دوراً أساسياً ليس في شن الحرب النفسية فحسب بل في تخطيط أعمال عنف منسقة ترتكب عمداً وبعد تخطيط دقيق لإثارة ردود فعل معينة أو للتأثير على اتجاهات الرأي العام بهذه الصورة أو تلك أو تغيير هذه الاتجاهات لخلق واقع جديد، وقد لخص هذا الواقع "دافيد بن غوريون" ذات مرة قائلاً " ان مهمة وزارة الخارجية الصهيونية هي ان تبرر وتفسر للعالم المغزى الكامن من وراء عمليات الجيش الصهيوني.

وأبرز وسائل الاستخبارات والمخابرات الإسرائيلية في المجال الإعلامي ما يلي: [1]

1) **العنف والإرهاب:** يعتبر العنف والإرهاب هما الوجه الآخر للدبلوماسية الصهيونية فاذا كان هدف الإعلام توجيه الرأي العام الوجهة المطلوبة

1- الإعلام الإسرائيلي، السعدي، ص 45- 47.

لخدمة الأهداف النهائية للدولة فان العنف المخطط يؤدي بدوره إلى تغيير اتجاهات الرأي العام الوجهة المطلوب خدمة للأهداف المتوخاه، وتتراوح أعمال العنف التي تمارسها دوائر الاستخبارات الصهيونية عامة ما بين التهديد كما يفعلون مع الصحفي أو السياسي الذي يسلك نهجاً ضاراً بهم، وهذا الأسلوب مارسوه مع معظم من ناصر القضية العربية من الكتاب والسياسيين الغربيين أو القيام بأعمال تخريبية بقصد خلق حالة من البلبلة في البلد أو لإفساد جو سياسي معين مثل العملية التي اشتهرت باسم عملية "لافون" وهي عملية تخريب المنشآت الأميركية في مصر عام 1954 والتي دبرها الكيان الصهيوني في فترة كانت العلاقات الأميركية المصرية وطيدة.

2) **وضع الألغام والمتفجرات هنا وهناك وإرسال الطرود الملغومة:** واغتيال بعض الشخصيات لهذا الغرض أو ذاك مثل اغتيال "اللورد موين" الوزير البريطاني المقيم في الشرق الأوسط في القاهرة عام 1944، وقد اغتاله إرهابيان من منظمة "اشتيرين" الإرهابية الصهيونية في شوارع القاهرة للضغط على بريطانيا من أجل فتح باب الهجرة اليهودية إلى فلسطين، وكذلك اغتيال وسيط الأمم المتحدة السويدي الجنسية الكونت "برنادت" في القدس عام 1948 لإدانة اليهود بانتهاك الهدنة واغتيال الشخصيات العربية وخاصة الشهيد وائل زعيتر عام 1972 ومحمود الهمشري عام 1972 وغيرهم من الشخصيات والقيادات الفلسطينية في مناطق مختلفة من العالم وخاصة غسان كنفاني عام 1972 وسعيد حمامي عام 1978 وعز الدين القلق عام 1978 وإبراهيم عبد العزيز عام 1979 وعلي حسن سلامة 1979، وزهير محسن عام 1979 وماجد ابو شرار عام 1981، و د. عبد الوهاب الكيالي عام 1981، ومامون الصغير عام 1983، وحنا مقبل عام 1984، ومحاولة اغتيال رئيس المكتب السياسي لحركة حماس خالد مشعل ومحاولة تسميم ياسر عرفات واستشهاده لاحقاً.

3) **الاعتداءات المتكررة على الأراضي اللبنانية:** سعياً وراء زرع بذور التفرقة والشقاق بين الشعبين الفلسطيني واللبناني وبين أفراد الجيش اللبناني والمقاومة الفلسطينية وتنفيذ المذابح من دير ياسين إلى صبر وشاتيلا إلى مخيم جنين إلى قانا ومذبحة غزة الأخيرة.

4) **ان فلسفة الصهيونية والجاسوسية وجهان لعملة واحدة:** فالجاسوسية هي سلاح الصهيونية الأول في الوصول إلى أغراضها ومآربها وهي سلاح خبيث يتوافق وطبيعتها الخبيثة فمنذ ان بدأ الاستيطان الصهيوني في فلسطين على نطاق واسع أثر انتهاء الحرب العالمية الأولى ظهر نشاط جهاز الاستخبارات الصهيونية فيها وكان يدعي حينئذ "نيللي" ثم أطلق عليه لاحقاً "شيروت يديعوت" أي خدمات المعلومات واشتهرت باسمها المختصر " ش. ب" وتلفظ "شاي" وكان تابعة "للهاجاناة" نواة الجيش الصهيوني قبل إعلان الكيان الصهيوني، فأصبحت تدعى "شيروتيه بطاحون" أي خدمات الأمن واختصارها " ش. ب" وتلفظ شين بيت" وتتوزع نشاطات الاستخبارات الصهيونية على عدة دوائر على النحو التالي:

1. الاستخبارات العسكرية التابعة للجيش.
2. الاستخبارات السياسية التابعة لوزارة الخارجية.
3. الاستخبارات الداخلية الجنائية.

هذا ويعتبر الموساد هو المظلة الرئيسة لجميع أجهزة الاستخبارات الإسرائيلية وهي المؤسسة المسؤولة عن جميع أجهزة الاستخبارات الصهيونية، وتعنى كلمة "موساد" أي المؤسسة ويلقب المسؤول الأعلى عن دوائر الاستخبارات المتعددة بلقب " الميمونة" ومعناها الشرف وقد ابتكر هذا الاسم بن غوريون عندما كان رئيساً لحكومة العدو الصهيوني وأطلقه لأول مرة الإرهابي "ايسر هرئيل" أول المشرفين على هيئة التنسيق بين دوائر الاستخبارات المختلفة.

محددات ومرتكزات الإعلام الإسرائيلي وخصائصه:

حددت المؤسسة الدعائية الصهيونية مرتكزات الإعلام الإسرائيلي، ولذلك مطلوب من الإعلام الإسرائيلي ان لا يخرج عن خارطة الطريق المرسومة له أصلاً والتي تحددت بالمحددات التالية:[1]

أولاً: فلسطين أرض الميعاد وحق اليهود فيها حق تاريخي ومبدأ ثابت: فقد انطلق هذا المحدد التاريخي بناء على أساطير توراتية بان الله أعطى عهداً لإبراهيم بمنح أرض إسرائيل له ولذريته وما على إسرائيل إلا إتباع التوراة والاستجابة لهذه الدعوة، فالحق التاريخي وفقاً لهذه الدعوة يعني اذا كان هناك شعب مختار فان هناك الأرض المختارة أي أرض الميعاد، واذا لم يكن اليهود مجرد فئة من الأفراد يشتركون في معتقداتهم اللاهوتية بل شعباً له وجدانه التاريخي، وهذا ما يعتقدونه في أنفسهم فان الصلة بالأرض المختارة هي جزء من معطيات وجدانهم التاريخي المباشر وهويتهم العربية القومية، ولهذا فان الفصل ما بين الأرض المختارة والشعب المختار مستحيل من وجهة نظر الصهيونية لان هذا ثابت من ثوابتها.

ومن هنا فالإعلام الإسرائيلي عليه ان يترجم هذه الحقيقة على أرض الواقع بل يعتبرها أهم فعالياته ونشاطاته المتمثلة في إقناع اليهود أولاً للهجرة لفلسطين والدفاع عن حقوق اليهود، وثانياً محاولة إقناع العالم بتلك الحقوق ابتغاء مساعدتها في الوقوف في وجه كل من ينكر عليها هذه الحقوق وخاصة العرب والمسلمين.

ان هذين المبدئين تم توظيفهما أولاً في الإعلام الصهيوني والإعلام الإسرائيلي على اعتبار انهما يكونان أساسيات الفكر الصهيوني بحيث لا يمكن الفصل بين الشعب اليهودي وأرض الميعاد حيث قدمت اليهودية النسق المثيالوجي المكون من أرض الميعاد والشعب المختار وتمايز الشعب اليهودي، هذا النسق قومته

1- الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع، د. عاطف الرفوع، ص 55- 68.

الصهيونية كميدان عمل للإعلام الإسرائيلي حيث مارسه الإعلام لتبرير شرعية اغتصاب فلسطين وشرعية التوسع العنصري.

هذا وقد استغل الإعلام الإسرائيلي أشارات ورموز الكتب الدينية القديمة اليهودية والمسيحية إلى قيام الكيان عام 1948 واعتمادها أساساً للحقوق الدينية والتاريخية والذي نص كذلك على ان الشعب اليهودي الذي رحُلّ عن أرض فلسطين قد بقي وفياً لهذه الأرض حيثما شتت داعياً في صلواته ودون انقطاع بان يعود متمنياً بان يقيم على أرضه القومية، وقد تعلم اليهود الذين جمعتهم الرابطة التاريخية خلال الحقب السابقة للعودة إلى أرض أجدادهم وإقامة دولتهم عليها، كما وتبنى الإعلام الإسرائيلي في هذا المحدد فكرة اليهودي الخالص، وهذا المفهوم هو مفهوم عنصري بحد ذاته يقدس تقديساً مطلقاً ويلغي حقوق الشعب الفلسطيني، فالإعلام الإسرائيلي يعكس وجهة نظر هذا المحدد بالقول ان دعوة التنازل عن الارض العربية المحتلة والتسليم بالحقوق التاريخية للشعب العربي الفلسطيني بما فيه حقه في إقامة دولته الفلسطينية على ترابه الوطني يشكل أخطر تهديد كلاسيكي للكيان الصهيوني والحدود الدولة اليهودية الصهيونية، فسلامة الكيان الصهيوني يستلزم عدم التنازل الذي يمكن ان يضر الاستيطان الصهيوني ومبدأ عدم إعادة عجلة التاريخ للوراء مرة أخرى.

نخلص بالقول ان رمزية الإعلام الإسرائيلي في هذا المحدد من الثلاثية التالية:

1) المحافظة على رمزية الكيان.
2) الصبغة اليهودية للدولة والهوية اليهودية لمؤسسات الحكم.
3) بقاء الكيان اليهودي.

المحدد الثاني اليهود يحملون رسالة حضارية وقيم الريادة والإنجاز: ان على الإعلام الإسرائيلي ان يعلي من شأن هذا المحدد على اعتبار ان الفكر الإعلامي الإسرائيلي ينطلق من ثلاث محددات هي:

1) ان اليهود متفوقون حضارياً.

2) يحملون رسالة حضارية مقدسة.

3) الشعب اليهودي متميز عن غيره من شعوب الأرض.

ولهذا يسعى رجال الإعلام الإسرائيلي لتثبيت هذا المحدد وفي عقول اليهود والعالم بالقول أن هناك ثلاثة عناصر أساسية تقوم عليها قوة إسرائيل وهي:

أولاً: القوة الحربية لجيش الدفاع الإسرائيلي مع توفير جميع العناصر الكامنة في ذلك.

ثانياً: الكفاءة القتالية للجندي والفرد الإسرائيلي مروراً بمستوى القيادة والأسلحة.

ثالثاً: السلاح النووي الرادع لضمان وجود إسرائيل.

المحدد الثالث تقرير المصير: يحاول الإعلام الإسرائيلي اعتبار ولادة الكيان الإسرائيلي بانه جاء بفعل مقاومة عنيفة واعتبر الصهيونية بانها تمثل امتداداً لحركات التحرر وليست حركة كولونيالية وان هذا الإعلام يحاول تزييف الحقائق بالقول:

{ ان المقاومة الإسرائيلية تمكنت من تدمير الانجليز وطردهم من أرض الميعاد ، ويحاول كذلك بالقول أن تضحيات اليهود بقيت مستمرة منذ تحطيم هيكل سليمان في القدس من قبل الرومان ثم بلغت أوجهها في مجالات الإبادة والاضطهاد التي مارسها الألمان النازيون ضد اليهود} .

أي ان الإعلام الإسرائيلي يريد ان يخاطب العالم ان استقلال فلسطين ضاع منذ آلاف السنين والآن تم إعادة هذا الحق للشعب اليهودي، ويحاول هذا الإعلام تزييف الحقائق التاريخية بان حركة التحرر الصهيونية اليهودية هدفها تحرير الإنسان والأرض من كل أشكال العبودية والتفرقة والاستغلال بغض النظر عن

الضحايا سواء أكانوا بشراً أم أديان، ويوضح هذا الإعلام توجهاته بالقول ان مقاومة العرب في فلسطين وطردهم هو أعلى درجات التحرير والتحرر الوطني لاستعادة أرض الميعاد والمحافظة عليها ((فلسطين)).

المحدد الرابع: الأمن القومي: تحاول الدعاية الصهيونية والإعلام الإسرائيلي رسم مفهوم الأمن القومي بناء على مصلحة وتطلعات الكيان العبري الغاصب، فمبدأ الأمن القومي الإسرائيلي مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمجال الحيوي للكيان والذي يبرر مفهوم السيطرة فالسلام هو الأمن بالنسبة لإسرائيل، ومفهوم الأمن القومي الإسرائيلي من وجهة النظر الصهيونية حق الدفاع عن النفس يكفله القانون الدولي لكل دولة الحفاظ على أمنها وسلامة أراضيها، فالأمن الإسرائيلي ينطلق من فلسفة وقائية لحماية السلاح من أي متربص "العرب" فلكي تحافظ إسرائيل على أمنها القومي من حقها ان تضرب أي دولة عربية أو إسلامية لان حدود إسرائيل الأمنية غير محددة أصلاً، وكذلك ضرب أي تجمعات تزعم انها حركات مقاومة كما جرى للمقاومة الفلسطينية عام 1968 في الأردن، ولبنان عام 1982 ،ان فلسفة السلام في إسرائيل تعني مزيداً من احتلال أراضٍ عربية لتحقيق نظرية السلام بالأمن.

خامساً: إسرائيل كيان ديمقراطي محاط بنظم عربية ديكتاتورية: يسعى الإعلام الإسرائيلي خداع العالم وكسب عطفه بان إسرائيل هي الكيان السياسي في الشرق الأوسط الذي يطبق النهج الديمقراطي وان وجود إسرائيل جاء لنشر الديمقراطية، ويسعى الإعلام الإسرائيلي توظيف عمليات الاضطهاد التي تعرض لها اليهود بانهم شعب مظلوم سعى إلى قيام كيان ديمقراطي كما ان الإعلام الإسرائيلي يريد تزييف الحقائق بان إسرائيل قلعة ديمقراطية هي امتداد للعقل الديمقراطي الغربي.

والباحث يقول ان هذا الكلام قد يكون من حيث الظاهر صحيحاً فأنظمة الحكم العربي والإسلامي أثبتت ان تسونامي الربيع العربي أكد هذه الحقيقة

لكن الكيان الصهيوني ليس كياناً ديمقراطياً بل هو كيان استيطاني عنصري توسعي على حساب أهل فلسطين الشرعيين.

مرتكزات الإعلام الدعائي الإسرائيلي:

حددت الدعاية الصهيونية مرتكزات الإعلام الدعائي الإسرائيلي على المستويين:

الأول: المرتكزات الإعلامية الدعائية الخارجية:[1]

انطلقت هذه المرتكزات فيما يلي:

1) تدعي إسرائيل بان الصهيونية ليست سوى تعبير عن إيمانها بالعالمية لانها تجمع الإسرائيليين في كل مكان بغض النظر عن إقامتهم داخل إسرائيل نفسها برابطة التضامن العالمي عدا انها تناصر قضايا الشعوب المضطهدة كزنوج أمريكا والملونين.
2) إظهار إسرائيل بمظهر الدولة المحبة للسلام والراغبة بالتعايش مع العرب، بالمقابل تسعى لإظهار العرب بانهم يرفضونها كياناً وحضارة وشعباً الأمر الذي يعطيها التأييد من الرأي العام الغربي ودعمه لها، ولاسيما حين تستغل تصاريح الزعماء العرب لخدمة مصالحها وأهدافها.
3) الحق التاريخي بالوجود لان إسرائيل تزعم انها جزء من الحضارة الغربية المتمدنة الممزوجة بحضارة اليهود الأصلية والمطعمة بإيجابيات الحضارات الشرقية الأمر الذي يعطيها صورة فريدة تجعل العالم الغربي راغباً في دعمها ومساعدتها.
4) يظهر الإعلام الدعائي الصهيوني إسرائيل كدولة تؤمن بالمساواة بين الشعوب وبين أبناء الشعب الواحد، ولذلك تطرح نفسها معيناً للشعوب المضطهدة "الأكراد، الهنود، الأقباط"، كما وتحاول من جهة أخرى عدم

1- الإعلام الإسرائيلي، غازي السعدي، ص 129- 130.

أظهار الفوارق في المعاملة بين اليهود الشرقيين واليهود الغربيين داخل إسرائيل.

5) أظهار العرب بصورة رديئة سواء على صعيد الأفراد أو على صعيد المجتمعات ككل فهي مثلاً تصور الإنسان العربي بمظهر "المتآمر الجبان، المتعاون، الحماسي، العاطفي، المتخلف الغبي، الذي لا يحكم عقله بحواسه، المادي، الغدار، الخطر، الإرهابي...".

كما وتصف النظم العربية بالدكتاتورية القهرية التي تكثر فيها الانقلابات وتعممها الرشوة وجميع الآفات الاجتماعية، كما وتتهم العرب بانهم عنصريون، بالمقابل تبرز الإسرائيليين بالصورة المثالية فهم دائماً أذكياء منفتحين ذو أخلاق عالة، إنسانيين، محبين للسلام، نشطاء للغاية محبين للفكاهة، يمتازون بالشجاعة وذلك بهدف مسح الصورة الكلاسيكية عن اليهود العالقة في أذهان المجتمعات الغربية وهي ان صورة اليهودي في الذهنية الغربية الأوروبية بانه الإسرائيلي هو شرقي متجعد الشعر ذو أنف معكوف قليلاً، بخيل، محب للمال مرابي، يستغل الآخرين لمآربه الخاصة.

هذا وقد عمدت الدعاية الصهيونية إلى تحميل الدعاية الهتلرية مسؤولية نشر هذه المواصفات عن اليهود، كما نجحت إلى حد كبير في إبعاد هذه الصورة وترسيخ صورة اليهودي النموذج في أذهان الرأي العام العالمي.

ثانياً: المرتكزات الداخلية للإعلام الدعائي الإسرائيلي: الماكنة الإعلامية الصهيونية – الإسرائيلية تسعى لتسليط الضوء على الجوانب النفسية للعرب من خلال فلسفة تربوية أسطورية إسرائيلية من خلال الآتي:

1) تعبئة النشئ الإسرائيلي بان اليهود هم شعب الله المختار.
2) تعبئة الجيل الإسرائيلي بان عدوهم اللدود هم العرب.
3) تشويه الطابع القومي العربي وذلك من خلال المحاولات الإسرائيلية المستمرة لزرع الشقاق بين العرب، وإظهار خلافتهم على انها عميقة ومتجذرة، وذلك

بهدف إبعاد فكرة الاتحاد ما بينهم وضرب جوهر القومية العربية التي تقوم على الوحدة.

4) إضعاف العلاقات العربية – العربية بالدول الكبرى وخاصة الروس وذلك بتصوير العرب على انهم شعب غير قابل للتحالف وغير جدير بالاتكال عليها اذ لا قدرة له على الصمود والتحالفات معه عرضة للتقلب كون مواقفه غير ثابتة.

5) فرض وجهة نظر إسرائيل في السلام مع العرب وأهم ما طرحه في هذا الموضوع هو الحوار المباشر والشروط الإسرائيلية للسلام.

6) تحطيم معنويات العرب وذلك بالمقارنة بينهم وبين قدرة إسرائيل بالقول انهم لن يقفوا إلى جانب بعضهم البعض لان مشاكلهم الداخلية ستمنعهم من ذلك في أي صراع إسرائيلي مرتقب.

7) خلق الأعاجيب بدولة إسرائيل وفرضها كأمر واقع لا يمكن أزاحته وذلك من خلال إبراز الإنجازات التي حققتها كمعجزات وإظهار وجودها في المنطقة كضرورة الحضارة الحديثة مستشهدة بتحويل صحراء النقب إلى مساحات خضراء وبتحلية مياه البحر.

8) ان وجود إسرائيل في المنطقة ليس حقاً تاريخياً فحسب بل ضرورة لنقل الحضارة الحديثة إلى بلدان مختلفة.

خصائص الإعلام الإسرائيلي:

ما يميز الإعلام الإسرائيلي عن غيره بانه يمتاز بالخصائص التالية:[1]

أولاً: التعددية الإعلامية: يمتاز الإعلام الإسرائيلي بتعدد وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية والمسموعة، فقد ارتفع عدد الصحف والمجلات في إسرائيل من حقبة إلى أخرى "كما لاحظ الباحث سابقاً"، ففي حقبه الستينات بلغ عدد الصحف

1- الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع، د. الرفوع، ص 68- 78.

والمطبوعات والمجلات نحو 400 مجلة وصحيفة ومطبوعة منها 25 صحيفة يومية ومائة وخمسون مجلة أخرى تصدرها الحكومة الإسرائيلية.

وفي عقد الثمانينات ارتفع العدد إلى 500 صحيفة ومجلة أسبوعية ونصف أسبوعية ونشرة، منها خمس هذا العدد أسبوعية و70 نشرة حكومية أما الباقي فهي مجلات مهنية وعلمية وأدبية، ومن بين هذه المجلات اثنتان تصدران باللغة العربية عن حزب "راكاح" وهما الجديد وهي مجلة أدبية شهرية والغد وهي مجلة متنوعة للشبيبة الشيوعية للحزب، غير ان أعداد الصحف اليومية قد تناقص من خمس وعشرين في الستينات إلى عشرين صحيفة نهاية الثمانينات.

هذا التعدد في حجم الصحافة الإسرائيلية دعا الباحثين والمراقبين والمتابعين إلى وصف الكيان الصهيوني بالمجتمع الإعلامي، بالإضافة إلى كثرة الصحف التي تصدر في إسرائيل فان ثمة مؤشر آخر يتمثل في مجموع نسبة ما يطبع من الصحف اليومية اذ تشير إحصائيات الستينات انه كان يتراوح ما بين خمسمائة ألف إلى ستمائة ألف نسخة يومياً بمعدل 15- 20 نسخة لكل ألف نسمة، وفي عام 1990 ازداد ارتفاع النسب ما بين عشرين إلى خمس وعشرين نسخة لكل ألف نسمة.

والجدول التالي يوضح توزيع الصحف الإسرائيلية على النحو التالي:

الرقم	الصحيفة	توزيع الصحيفة	نوع الصحيفة
1)	هآرتس	60- 70 ألف يومياً	مستقلة
2)	دافار	60 ألف يومياً	مستقلة
3)	علمشمار	20- 30 ألف يومياً	حزبية/ الهتسدروت
4)	يديعوت أحرنوت	20- 30 ألف يومياً	حزبية
5)	معاريف	500 ألف - 700 ألف	مستقلة

وتعتبر هذه النسبة عالية مع نظيراتها العالمية.

مظاهر التعددية الإعلامية للصحافة الإسرائيلية:

أبرز مظاهر التعددية الإعلامية ما يلي:

1) التعدد الإعلامي واللغوي للإعلام الإسرائيلي أي اللغات الكثيرة التي تطبع بها الصحف والمنشورات الإعلامية الأخرى في إسرائيل وهو ما يعكس تناقضات المجتمع الإسرائيلي الاستيطاني العرقية والاثنية والثقافية.
2) نسبة المستمعين والمشاهدين للأخبار في وسائل الإعلام.
3) قراءة الصحف اليومية بنسبة عالية.
4) ارتفاع نسبة النقاش اليومي في القضايا السياسية واتخاذ المواقف منها.
5) نسبة التصويت العالية في الكنيست.

ثانياً: سيطرة الأحزاب على الصحافة الإسرائيلية: كان لكل حزب أكثر من صحيفة كان عدد الأحزاب الإسرائيلية في الستينات يصل إلى 26 حزباً حيث يتسنى لمعظم الأحزاب في إسرائيل صحف ولا توجد سوى ثلاث صحف مستقلة تتمتع باستقلال عن الأحزاب وهي: يديعوت، وهارتس، ومعاريف، إلا ان هذه الصحف رغم استقلالها المالي ترتبط إيديولوجياً بالأحزاب الإسرائيلية، فصحيفة معاريف تميل إلى أحزاب اليسار "حزب العمال وميرتس، ويديعوت احرنوت تميل إلى اليمين الإسرائيلي والليكود واليمين المتدين، وصحيفة هاآرتس تميل إلى أحزاب اليسار.

ان سيطرة الأحزاب الإسرائيلية على الصحافة تتم من خلال ما يلي:

1) من خلال نشر صحيفة ناطقة باسم الحزب مباشرة وتمويلها مادياً.
2) العناصر الحزبية التي تعمل في هذه الصحيفة أو تلك غير الناطقة مباشرة باسمه، وعلى هذا الأساس تخضع صحيفة دافار التي كان يصدرها

الهستدروت لحزب العمل من خلال الأسلوب الأول في حين تخضع صحيفة معاريف إلى الحزب نفسه من خلال الأسلوب الثاني أي هيمنة عناصره عليها، كذلك تخضع صحيفة "يديعوت احرنوت" لليمين الإسرائيلي.

ومن الملفت للانتباه بان الصحافة الحزبية تتمحور حول الأحزاب الدينية في حين تمتد أيدي الصحافة المستقلة للإعلام التلفزيوني حيث أخذت صحيفة يديعوت احرنوت والتي تعود ملكيتها لأسرة "موزيس" اليهودية الاشكنازية حيث تحتل 24٪ من أسهم شركة "ابيشيا" وهي إحدى الشركات الثلاث التي تدير البث التلفزيوني للقناة الثانية إضافة إلى 30٪ من أسهم شركة الكوابل التلفزيونية "درو هلشادوت" كما تمتلك صحيفة معاريف التي تعود ملكيتها لأسرة "غروردى" 81٪ من سهم شركة "قلعاد" و19.5٪ من أسهم شركة مناف للكوابل التلفزيونية، وكذلك يلاحظ ان حوالي نصف الصحف اليومية التي تصدر بلغات غير العبرية هي صحف حزبية مثل صحيفة اليوم التي تصدر منذ عام 1968 باللغة العربية، وكانت بمثابة نسخة مصغرة من صحيفة دافار التي كان يصدرها الهستدروت وتوقفت عن الصدور منذ عام 1996.

كما أن الصحف الحزبية وبالرغم من كثرتها لا تتمتع بالانتشار الواسع الذي تتمتع به الصحف المستقلة في إسرائيل، كما ان تباين اتجاهات الصحف الإسرائيلية ذات الملكية الخاصة حيث تتنافس الفئات التي يتألف منها الحكم الإسرائيلي إلى اجتذاب الصحف عن طريق العلاقات الخاصة بالصحفيين العاملين فيها، ولذلك ليس مستغرباً ان تجد في العدد الواحد من الصحيفة وربما في صفحة واحدة مقالات تعبر عن اتجاهات متعددة وأحياناً متناقضة.

ثالثاً: سيطرة اليهود الغربيين "الاشكنازيم" على وسائل الإعلام ومؤسساته: يسيطر اليهود الغربيون على معظم مؤسسات الحكم في إسرائيل ووصل التحكم والهيمنة أيضا إلى الصحف ووسائل الإعلام وخاصة الصحافة المستقلة والحزبية وبذلك تكون الهيمنة الفوقية للإعلام الإسرائيلي من اليهود الغربيين حيث يسيطرون على رسم الثقافة السياسية وأدوات رسمها وصياغة القوانين واللوائح للمؤسسات الإعلامية وممارسة الرقابة المختلفة وتعيين المسؤولين في المؤسسات الإعلامية وغير المباشرة من خلال كونها الإطار الأهم لمجموعة المعايير المؤسسية، وبعبارة أخرى ان معتقدات النخبة وسلوكياتها هي إطار عملية التوجيه المرجعي في بناء الاتصال والإعلام، وتعتبر هذه العملية التي تعد أهم آليات الضبط الاجتماعي من جانب الإعلام الإسرائيلي بالنسبة للشخصيات الكاريزمية لدى القيادات الإسرائيلية.

رابعاً: الاهتمام الكبير بالأخبار الإقليمية والعالمية: من خلال تحليل مضمون الصحف الإسرائيلية نجد ان مساحات الأخبار العالمية والأخبار الخارجية تحتل الصدارة، فعلى سبيل المثال تطغى أخبار الولايات المتحدة على معظم أخبار الجيروسلم بوست، ويفسر عدد من الخبراء الإسرائيليين ظاهرة تنامي الاهتمام بالأخبار الخارجية العالمية يعود إلى الأسباب التالية:

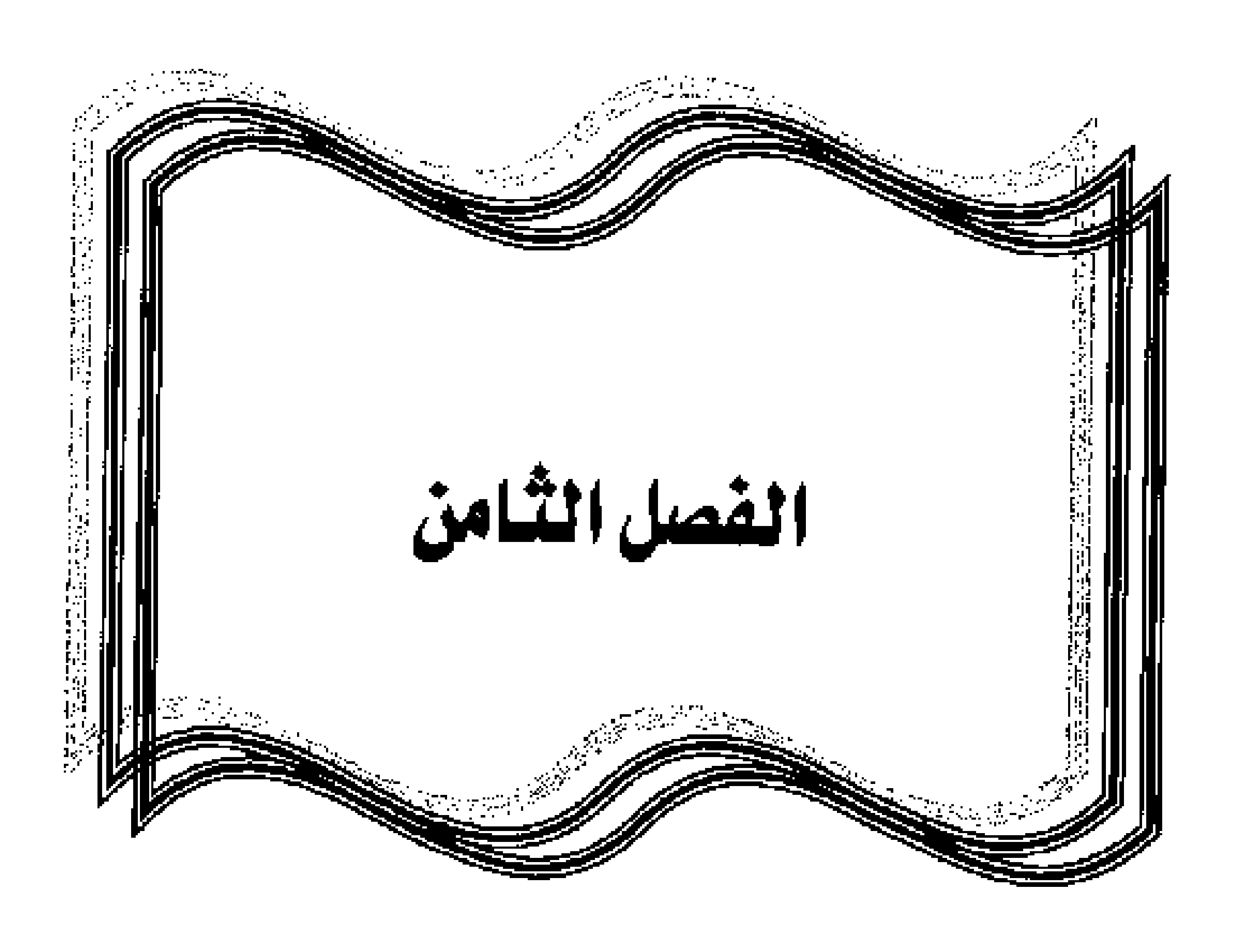
1) من الطبيعي ان تتحمل الشؤون الخارجية نصيباً كبيراً من اهتمامات الحكومة الإسرائيلية فوجود إسرائيل انبثق من الأمم المتحدة، ويعتمد وجودها على علاقاتها بالدول الغربية ومعوناتها أي ان كل حدث عالمي يؤثر على سلوكية ونفسية الإسرائيليين.
2) متابعة أخبار المنظمات والجماعات اليهودية المتركزة في أوروبا وأمريكا الشمالية والجنوبية حيث تسعى هذه المنظمات لطلب دعم الحركة

الصهيونية بشكل عام وإسرائيل بشكل خاص ولتحقيق مركزية إسرائيل في حياة يهود الشتات " الدياسبورا".

3) ان المكون الديمغرافي الإسرائيلي معظمه من المهاجرين وبنسبة 66٪ أي ان ثلثي المجتمع الإسرائيلي يتشكل من 17 بلداً مختلفاً في العالم.

4) اعتماد الكيان الإسرائيلي المادي والعسكري والنفسي على الدول الاستعمارية وخاصة أمريكا.

5) الرقابة العسكرية: سنتناول هذا الموضوع في الصفحات القادمة بتوسع أكثر.



فلسفة الإعلام الدعائي الإسرائيلي
وإستراتيجية أساليبه

منذ ان ظهر الكيان الصهيوني إلى الوجود فان الحركة الصهيونية منذ أواخر القرن التاسع عشر استخدمت منهجية إعلامية دعائية انطلقت من خلال الدعائم والأسس التالي:[1]

1) الصراع العسكري.
2) تخطيط دعائي منظم.
3) دبلوماسية نشطة.

ومن هنا فان الأساس الفلسفي ومنهجية هذه الدعاية انطلقت بالقول من المحددات التالية:[2]

1) إتباع سياسة الصمت حيال الحجج الدامغة وتجنب النقاش الذي يشكل خطراً على تحقيق الهدف.
2) تكرار الإدعاءات مع التأكيد على نقاط قليلة كي ترسخ في الذهن.
3) إتباع سياسة مبدأ تحويل أذهان الجماهير عن المعركة الناشبة.
4) استغلال عواطف الجماهير وميولها مثل استخدام اللغة العامية واستعمال الأمثال الشعبية والتوجه في سبيل ترسيخ فكرة قوة إسرائيل في أذهان العرب.
5) التزام عدم قلب الحقيقة اذا لم يكن هناك داعٍ إلى قلبها أو أبعادها.

فلسفة الإعلام الإسرائيلي:

ان فلسفة الإعلام الإسرائيلي والتخطيط السياسي الشامل للكيان الصهيوني يقوم بالأصل على ضرورة مشاركة الهيئات والمؤسسات الرسمية ويقوم بدور إعلامي في خدمة أهداف الكيان الصهيوني القومية والسياسية من خلال ما تقوم به، كما ويقوم من جهة أخرى على اعتبار ان العمل الإعلامي الخارجي أي

1- الإعلام الإسرائيلي، تقي الدين تنير، ص 132.
2- مرجع سابق، ص 132- 133.

الإعلام الموجه إلى الأجانب سواء أكان داخل الكيان الصهيوني أو خارجه هو امتداد للعمل الإعلامي بين سكان الكيان الصهيوني وان نجاحه في الخارج يتوقف بالتالي على مدى نجاحه بالداخل بمعنى آخر فان هذا التخطيط ينظر إلى الإسرائيلي ثم اليهودي اينما كان على اعتبار انه الأداة الأولى للإعلام الصهيوني، ويتضح ذلك من الارتباط الوثيق القائم بين مكتب الإعلام المركزي الذي يركز نشاطه الأساسي بين سكان الكيان الصهيوني والمهاجرين الجدد إليه، والمكتب الصحفي للحكومة والذي يركز نشاطه بين قسمي المراسلين المحليين والأجانب واللذان يشكلان دائرة واحدة مرتبطة بمكتب رئيس الوزراء مباشرة وهو المكتب المسؤول عن التنسيق بين أعمال كافة الوزارات والمؤسسات وعن سير العمل في مختلف الأقسام والوحدات التابعة لها، ورغم عدم وجود وزارة إعلام فان لدى الكيان الصهيوني والحركة الصهيونية العالمية مؤسسات تمارس الإعلام بصورة أو بأخرى تفوق كثيراً نشاطاتها ومجهوداتها.[1]

وقبل ذلك يجب ان نؤكد ان فلسفة الإعلام الدعائي الإسرائيلي استمد فلسفته من فلسفة الإعلام الدعائي الصهيوني، فمنذ انطلاقة الحركة الصهيونية والتي كان من أهدافها إزالة الصورة المشوه عن شخصية اليهود في أوروبا والتي أشار إليها شكسبير في مسرحية تاجر البندقية، والرجل الكريه، فقد احتكر الأوروبيون العنصر اليهودي.

وكما يقول المفكر د. حامد ربيع فان فلسفة الإعلام الدعائي الإسرائيلي تنطلق من المحددات التالية:

1) صراع عسكري.
2) تخطيط دعائي.
3) دبلوماسية نشطة.

1- الإعلام الإسرائيلي، غازي السعدي، ص 21- 22.

فيما اعتبر العالم الأمريكي أنيس كلود عقب دراسة عميقة بان الفلسفة الدعائية الإسرائيلية تقوم على ما يلي:[1]

1) الدولة اليهودية أمر لابد منه فتنبؤات التوراة وحاجة العالم الصارخة والأعمال التي حققتها اليهودية تطلب جميعها الحل بإنشاء الدولة الصهيونية.
2) الصهيونية تجعل اليهودي مستترة وتمكن من بقاء اليهود كجماعة مستقلة عن غيرها.
3) أن اليهود إينما وجدوا يشكلون شعباً واحداً ومهما يحدث لليهود في بلد ما لابد وان يؤثر ذلك على وضعهم في البلاد الأخرى.
4) الصهيونية هي شرط الشرف اليهودي.
5) الصهيونية وسيلة بنّاءة لحل القضية اليهودية حيث ان تقرير المصير خير من الإحسان المتواصل وعلى اليهود ان يعتمدوا على أنفسهم في حل قضيتهم لا على الضمير العالمي وشفقتهم.
6) الصهيونية هي الانسجام مع التاريخ للشعب اليهودي أو مصيره.
7) الصهيونية سوف تضع حداً لمعادة السامية.
8) الحل الصهيوني ليس إلا تأكيداً للعدالة التاريخية والدولة اليهودية ليست إلا تعويض عن المذابح التي لا تحصى.
9) ان ما تحقق على أيدي الرواد من اليهود في فلسطين هو نجاح عظيم ومثال حي للجنس البشري بأسره، وهذه الأعمال التي تحققت في فلسطين من شأنها ان تقوي عزة النفس اليهودية وكرامتها.

أهداف وإستراتيجية الإعلام الإسرائيلي:

ان أهداف الإعلام الدعائي الإسرائيلي منبثقة من أهداف وتطلعات وإستراتيجيات الحركة الصهيونية العالمية والدعائية، ولذلك فإن هذه الإستراتيجية

1- فلسفة الدعاية في إسرائيل، د. حامد ربيع، منشورات منظمة التحرير الفلسطينية، ص 92- 93.

ما هي إلا الوجه المعلن والمكشوف من الإستراتيجية السياسية للحركة الصهيونية العالمية، فقد صممت هذه الإستراتيجية في أعقاب المؤتمر الصهيوني العالمي الذي انعقد في مدينة بازل السويسرية عام 1897 لإنشاء الكيان الصهيوني .

ومن خلال هذا الإطار العريض بدأ العمل لتنفيذ الخطط التفصيلية التي توصل إلى بلوغ الهدف على مراحل متعاقبة وفق إستراتيجيات سياسية مرحلية متعاقبة وإستراتيجية الإعلام الصهيوني في أي مرحلة من المراحل المتعاقبة لم تكن سوى انعكاس للإستراتيجية السياسية الصهيونية في تلك المرحلة، وخلال تطبيق الإستراتيجية قد يضطر القائم على الإعلام الدعائي الصهيوني لإجراء تكتيكات ومناورات إعلامية يبدو ظاهرياً أنها تعارض الهدف العام المتوخى، فعلى سبيل المثال فان حاييم وايزمان بذل في فترة الانتداب البريطاني جهداً كبيراً لتهدئة خواطر الزعماء الفلسطينيين والعرب وطمأنهم بان الصهاينة لا يضمرون شراً بالبلاد ولا بأهلها وذلك كسباً للوقت حتى يتاح للحركة الصهيونية جلب المزيد من المهاجرين اليهود وكانوا في ذلك الوقت لا يشكلون مائة ألف، وما هذه المناورات والتكتيكات الإعلامية الصهيونية التي مازلنا نعيش دوامتها لغاية الآن سوى ضباب لإعماء العيون عن رؤية الغايات العدوانية التي يهدف الصهاينة إلى تحقيقها عن طريق خلق وقائع جديدة تصبح مع الزمن أمراً واقعاً.[1]

وكان أهم الوسائل لتنفيذ الدعاية الصهيونية هي السيطرة على وسائل الإعلام العالمية وهذا يأتي ضمن قرارات المؤتمر الصهيوني الأول الذي أكد ان الإعلام يعتبر كواحد من أهم الأساليب لتحقيق الحلم الصهيوني من العدم تقريباً، وقد حدد المؤتمر لمرحلته الأولى مهمة نشر الروح القومية والوعي القومي بين اليهود في كافة إنحاء العالم وتشجيعهم للهجرة إلى فلسطين، وتأتي المرحلة الثانية وهي غسل أدمغة مجتمعات إنسانية بأكملها وثالثاً الحصول على تأييد مختلف الحكومات لتحقيق هدف خلق وطن قوي لليهود.

1- الإعلام الإسرائيلي، غازي السعدي، ص 51.

ورابعاً: إخضاع الشرعية الدولية ممثلة بالأمم المتحدة في خدمة أهداف الكيان الصهيوني المرتقب.[1]

ولهذا فان أهداف الإستراتيجية الإعلامية الصهيونية تكمن فيما يلي:[2]

العمل على ان يكون الإعلام الصهيوني موجوداً في الخارج كضرورة عالمية عن طريق خلق الإحساس لدى الرأي العام العالمي في كل مكان بانه سلام العالم وأمنه وتقدمه انما هو يرتبط إلى حد بعيد ببقاء الكيان الصهيوني والمحافظة عليه فلا يكفي الاعتراف الدولي بالكيان الصهيوني لضمان وجوده من الخارج بل الضمانة ان يصبح موجوداً دائماً في الخارج وعلى كافة المستويات وفي كل المجالات أي انه يصبح ليس ضرورة يهودية فحسب بل ضرورة غربية ولاتينية وشرقية واشتراكية وآسيوية وأفريقية.[3]

وقبل ان نستعرض أهداف الإعلام الإسرائيلي لابد وان نسلط الضوء على أهداف السياسة الخارجية الإسرائيلية.

أهداف السياسية الخارجية الإسرائيلية:

سعى الإعلام الدعائي الإسرائيلي تسويق أهداف السياسية الخارجية الإسرائيلية والمتمثلة في المرتكزات التالية:[4]

1) أمن إسرائيل على اعتبار أن اسرائيل دولة صغيرة محاطة بدول معادية لا ترفض الاعتراف بها فحسب بل تعمل للقضاء عليها، وانها مضطرة بدلاً من ان تنشد تعاون جيرانها ضد أي اعتداء محتمل خارج المنطقة للبحث عن أصدقاء مخلصين بعيداً عنها أولاً في مساعدتها لفرض وجودها على العرب أو على الأقل تقدير لردع أي عدوان قد تتعرض له من داخل المنطقة.

1- مجلة الدراسات الإعلامية، ضباب لإعماء العيون، منى ياسين، عدد 79 تشرين ثاني 1993، ص 26.

2- الإعلام الإسرائيلي، السعدي، ص 51.

3- مرجع سابق، ص 51- 52.

4- مرجع سابق، ص 23.

2) ان إسرائيل دولة تتمتع بإمكانات وطاقات فنية وعلمية وإنتاجية لا تتناسب مع حجمها، وانها بحاجة إلى استغلال تلك الإمكانيات من أجل تنمية قدراتها الاقتصادية من ناحية وتشجيع استمرار الهجرة اليهودية إليها من ناحية أخرى، الأمر الذي يضطرها للبحث عن مجال حيوي تستخدم فيه هذه الإمكانيات وتلك كالطاقات.

3) ان العلاقات الإسرائيلية يجب ان تتجاوز العلاقات الغربية لأسباب جغرافية وسياسية واقتصادية حيث انها تقوم على التقاء قارتي آسيا وأفريقيا بما تتمتع به هاتان القارتان بالأغلبية العددية في المنطقة العالمية وتشكل المجال القريب نسبياً طالما بقيت معزولة عن مجالها الحيوي الطبيعي وهو العالم العربي لاستغلال إمكانياتها وطاقاتها المذكورة، ولذلك فان مصيرها يتوقف في المدى الطويل إلى حد كبير على قبول القارتين بها واعتبارها جزءاً لا يتجزأ منهما.

ان جوهر الإستراتيجية الإسرائيلية وسياستها الخارجية يعتمد على ان إسرائيل ولدت لتكون أي ان محتوى هذه السياسة تأكيد على وجود إسرائيل وانها دولة غير قابلة للزوال أو التفكك وان على صانع الإستراتيجية الصهيونية ان يسعى جاهداً مع القوى المتنفذة في العالم بمنع قيام أي تجمع وحدوي عربي لان هذا يشكل خطراً على وجود هذا الكيان الغاصب، وفي هذا الصدد اعتبر الفقيه الدستوري الصهيوني المدرس في جامعة تل أبيب ان نقطة الارتكاز في سياسة إسرائيل الخارجية يجب ان يكون ضمان وجود إسرائيل في العائلة الدولية، أما معاهدات الصلح فانها لا تضمن سلماً دائماً.

ان فحوى السياسية الخارجية الإسرائيلية منبثقة من سياسة كسب الانصار أي البحث عن حلفاء جدد في المنطقة أي ان تكون موجودة في قلب المشهد العالمي على كافة الفعاليات والمستويات بحيث لا ان تبقى قوة يهودية فقط وإنما قوة عالمية اشتراكية ورأسمالية وآسيوية وأفريقية.

وهنا يأتي دور الإعلام الصهيوني بشكل عام والإعلام الإسرائيلي بشكل خاص لتنفيذ الإستراتيجية الإسرائيلية والتي سنتحدث عنها لاحقاً.

تحقيق أهداف الإعلام الإسرائيلي:

يمكن تحقيق أهداف الإعلام الإسرائيلي من خلال المحورين التاليين:[1]

أولاً: تبني فكرة المرحلية في تحقيق الأهداف: لقد ارتبطت أهداف الإعلام الإسرائيلي بالأهداف السياسية لكل مرحلة من مراحل نشوء وتطور الكيان الصهيوني منذ مؤتمر بازل عام 1897 وحتى يومنا هذا.

وفي هذا الصدد اعتبر المنظرون الإعلاميون الصهاينة وعلى رأسهم "شموئيل سجيف" ان المتابع والمراقب للإعلام الإسرائيلي يجد ان هذه المرحل المتعاقبة لم تكن سوى انعكاساً للأهداف السياسية القومية هي تلك المرحلة.

ولهذا فان التكتيكات والمناورات الإعلامية لا تخرج عن إطار خدمة تلك الأهداف، وفي هذا الصدد اعتبر خبراء من الإعلام العربي بان الهدف العام للإعلام الإسرائيلي انطلق من ما يلي:

1) العمل على أن يصبح الكيان الصهيوني موجوداً في الخارج لضرورة عالمية عن طريق خلق الإحساس لدى الرأي العام العالمي في كل مكان بان سلام العالم وأمنه وتقدمه إنما هو يرتبط إلى حد كبير ببقاء إسرائيل والمحافظة عليها.

2) الاعتماد على مبدأ كسب الأنصار أي الحلفاء وليس من خلال العلاقات الدبلوماسية بل من خلال العلاقات البشرية عبر شبكة واسعة من الأدوات الدبلوماسية وغير الدبلوماسية، اذ انه يعتبر ان كلمة الأنصار لا تقتصر على الحكومات الغربية ولكن تمتد لتشمل شعوبها بالدرجة الأولى بل وصل الأمر بالإعلام الإسرائيلي ان وسع من دائرة الأنصار لتشمل العالم بأسره

1- الإعلام الإسرائيلي، د. عاطف الرفوع، ص 78- 80.

حكومات وشعوب سواء أكانت صديقة لإسرائيل أم صديقة للعرب أو محايدة حياداً سياسياً أو قانونياً أي ان يتحول العالم كله حليفاً لإسرائيل وقضاياها.

ثانياً: تقسيم العالم إلى دوائر: سعى القائمون على السياسة الإعلامية الصهواسرائيلية لتقسيم العالم إلى مناطق جغرافية معينة تقوم على أساس الدراسة الشاملة العلمية للأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في البلاد التي تتوجه إليها والمسائل التي تعانيها والأمور التي تهم سكانها وخاصة أولى الرأي والمكانة فيها أكثر من غيرهم ثم تقويم عناصر الخلاف الظاهر والباطن القائمة بين هذه الدول والدول العربية أو أي منها.

وعلى ضوء هذه الإستراتيجية المتمثلة بالمرحلية وتقسيم العالم إلى دوائر جغرافية معينة، فقد حدد العديد من الباحثين العرب والإسرائيليين أهداف الإعلام الإسرائيلي مرحلة مرحلة ودائرة دائرة على النحو التالي:[1]

أولاً: مرحلة ما قبل صدور وعد بلفور: لقد ارتبطت أهداف الإعلام الإسرائيلي في هذه المرحلة بالأهداف العليا للصهيونية والتي انتهى إليها برنامج بازل عام 1897 والمتمثلة بما يلي:[2]

1) تنظيم يهود العالم وربطهم ببعض في مؤسسات صهيونية.
2) نشر الروح القومية والوعي القومي بين يهود العالم وتنميتها.
3) اتخاذ الخطوات اللازمة للحصول على تأييد الحكومات المختلفة من أجل تحقيق الهدف الصهيوني وهو خلق وطن قومي لليهود في فلسطين.
4) تطوير الاستيطان اليهودي في فلسطين بطريقة منتظمة عن طريق تشجيع الهجرة.

1- مرجع سابق، ص 80- 81.

2- الإعلام الإسرائيلي، غازي السعدي، ص 11- 12.

ان هذا الهدف قد نجح للأسف نجاحاً تاماً فاق شتى التوقعات حتى غدا البند الرابع ليس تطوير الاستيطان اليهودي لفلسطين فحسب بل تنظيم الاستيطان في المناطق العربية المحتلة، كما غدا البند الأول ليس مجرد تنظيم يهود العالم بل السيطرة الكلية على الجاليات والمجتمعات اليهودية في شتى إنحاء العالم وتسخير طاقاتها وإمكاناتها لخدمة الأهداف الصهيونية، وغدا البند الثاني ليس فقط تأكيد الروح القومية والوعي القومي بين يهود العالم بل النجاح في غسل دماغ مجتمعات إنسانية بأكملها تشكل شطراً كبيراً من الإنسانية المعاصرة، كما غدا البند الثالث ليس مجرد تجنيد تأييد الحكومات لفكرة الوطن القومي اليهودي، بل أصبحت الشرعية الدولية بأسرها ممثلة في الأمم المتحدة في خدمة الأهداف الصهيونية وغدا الفلسطينيون في نظر العالم إرهابيون متوحشون شذاذ آفاق، بينما الصهاينة الغزاة المتوحشين البرابرة قادة وأسماء لامعة في العائلة الإنسانية.[1]

ثانياً: مرحلة ما بعد صدور وعد بلفور إلى قيام الكيان الصهيوني: خلال انعقاد مؤتمر الصلح في باريس الذي عقد للنظر في تصفية تركة الإمبراطورية المهزومة أو دول المحور "ألمانيا، والنمسا، تركيا" وتوزيع المغانم على الدول المنتصرة قرر المؤتمر وضع فلسطين تحت الانتداب البريطاني، فخلال هذه المرحلة اجتاز المخطط الصهيوني مرحلة الخطر وخطا الخطوات الأولى للنجاح الذي حققه حيث عنيت الحكومة البريطانية أول مندوب سام لها في فلسطين وهو "هربرت- صموئيل" الزعيم الصهيوني البريطاني فعمل بنشاط لتركيز قواعد الصهيونية بالنار والحديد والمراوغة والخديعة.

وخلال هذه المرحلة فقد أستهدف الإعلام الإسرائيلي تحقيق الأهداف التالية:

1) جلب أكبر عدد ممكن من المهاجرين وتأمين أستيطانهم واستقرارهم.

1- مرجع سابق، ص 12- 13.

2) بناء المؤسسات وتأمين صفوف المستوطنين لتشكل نواة مؤسسات الكيان المزمع إقامته.
3) التصدي لمقاومة الشعب الفلسطيني وقتل الإرادة الوطنية لديه تمهيداً للاستيلاء على الأرض الفلسطينية.
4) استكمال التعبئة وتنظيم صفوف اليهود للالتفاف حول الدولة ودعمها.
5) تأمين الحصول على مزيد من القوى الدولية لإسرائيل وتهيئة الأجواء الدولية لاستقبال قيام الدولة الصهيونية.

ثالثاً: المرحلة الواقعة ما بين عام 1948- 1967: لقد سعى الإعلام الإسرائيلي خلال هذه المرحلة تحقيق الأهداف التالية:
1) بناء مؤسسات الدولة الإسرائيلية وتطويرها في شتى المجالات.
2) تأمين تدفق المهاجرين إلى دولة إسرائيل وتأمين التفاف اليهود والعالم حولها والاستمرار في تعبئة وتنظيم طاقاتهم.
3) تأمين اعتراف المجتمع الدولي قولاً وعملاً بشرعية الكيان الإسرائيلي والفوز بتأييد ودعم أكبر عدد من دول العالم والتغلغل في صفوف المزيد من الشعوب ولاسيما شعوب العالم الثالث لكسب تأييدها.
4) الإبقاء على تجزئة العالم العربي وبث التفرقة والشقاق بين صفوفه وشل إرادته ومحاصرته وعزله دولياً وحرمانه من الأصدقاء وإرغامه على الإقرار بشرعية الوجود الإسرائيلي وإخضاعه لمشيئة وإرادته.

رابعاً: المرحلة الممتدة من 1967 ولغاية 1993: خلال هذه المرحلة فان الإستراتجية الإعلامية الإسرائيلية سعت إلى تحقيق الأهداف التالية:
1) العمل على تحقيق مكاسب إقليمه جديدة لإسرائيل.
2) التخلص من قرارات مجلس الأمن الدولي والجمعية العامة للأمم المتحدة الخاصة بانسحاب إسرائيل من الأراضي العربية التي احتلتها إسرائيل بعد عدوانها في حزيران عام 1967 حيث ركز الإعلام الإسرائيلي بالقول أن

حـرب 1967 حـدثت للـدفاع عـن أمـن إسـرائيل وان الأراضـي المحتلـة تمـت السيطرة عليها وما هي إلا أراضٍ محررة وان الاحتفاظ بها تقتضيه ضـرورات الدفاع والأمن الإسرائيلي.

ومن الجدير بالذكر ان الخط العام للإعلام الإسرائيلي بقي ثابتاً على ما هـو عليـه أي ان أهـداف الإعـلام الإسـرائيلي حتـى بعـد توقيـع معاهـدة وادي عربـة مـع الأردن وأوسـلو مـع السلطة الفلسطينية وقبـل ذلـك معاهـدة كامـب ديفيـد لم تـتغير وانصبت أهداف الإعلام الإسرائيلي على ما يلي:

1) استمرار الهجرة اليهودية إلى فلسطين تبريراً لوجودها مـن ناحيـة واستزادة لعودة سكانها من ناحية أخرى.
2) توسيع نطاقها الإقليمي بحيث يطابق ما أمكن حدود الدولـة الإسرائيلية والاستيلاء على مدينة القدس وتكريسها عاصمة رسمية ودينية لإسرائيل.
3) إيجـاد مجـال حيـوي تستخدم فيـه إمكاناتهـا وطاقاتهـا الإنتاجيـة والفنيـة والعلمية الحالية والمستقبلية.
4) فرض وجودها على العرب كدولة قائمة لا تقهر ولا تزول.
5) كسب تأمين العالم للقضية اليهودية ومن ثم لدولة إسرائيل.
6) تحطيم العرب والإبقاء على تجزئتهم وعزلهم دولياً.

خامساً: مرحلة أوسلو وما بعدها: رغم توقيع اتفاقيـة السلام الإسـرائيلية الفلسطينية والأردنيــة الإســرائيلية والمـصرية الإســرائيلية إلا ان التعــايش الإيــديولوجي الصهيونية في التغطية الإعلاميـة الإسـرائيلية بقيت على حالها باستثناء بعض المراحـل التكتيكيــة الــتي تنــشر في الـصحف الإســرائيلية، فقــد تجاهــل السياسيون والإعلاميون في إسرائيل ضرورة وجوب خلق ثقافة مختلفة ووعـي جديد يغير من النظرة الصهيونية للعـرب ويكـف عـن طمس الحقـائق وتزييـف التـاريخ وإبقـاء الفلسطيني رغـم كـل هـذا التطبيـع إرهابيـاً وشـريراً وظلـت

شخصية الإنسان العربي سلبية حيث جاءت صورته في وسائل الإعلام الإسرائيلية بانه رديء لا يوثق به ولا يستحق الاحترام.[1]

وفي هذا الصدد فقد رافق تنفيذ اتفاقيات أوسلو قيام عدد من الهيئات الدولية برصد التغيرات في المجال الإعلامي لكلا الجانبين الإسرائيلي والفلسطيني من أجل خلق ثقافة جديدة تتناسب وأهداف السلام، ومن بين المؤسسات "شعب إلى شعب" المدعومة من النرويج بمراقبة ورصد بعض وسائل الإعلام الإسرائيلية والفلسطينية.

وذلك عبر فريق واحد فلسطيني والآخر إسرائيلي وأشارت بان معظم نتائج هذه المتابعة إلى عدم وجود تغيير يذكر في التعاطي الإسرائيلي وحذرت المؤسسة المذكورة من التعاطي الإخباري الذي يبدو انه غير مستعد عملياً لخلق مناخ بين طرفين وشعبين ينويان العيش معاً على أرض واحدة.[2]

ومن جهة أخرى فقد حرضت الماكنة الإعلامية الدعائية الإسرائيلية قصفها للإعلام الفلسطيني "إعلام السلطة" من خلال تقييد حرية الصحافة والإعلام الفلسطينية تحت مسوغات وحجج مقاومة التحريض عبر وسائل الإعلام من خلال إصدار العديد ممن النشرات الخاصة تحت مسمى التحريض عبر وسائل الإعلام الفلسطينية الذي كان وما زال يصدر عن بيت الصحافة الإسرائيلية "بيت ارغون".

كما خصص الإعلام الدعائي الإسرائيلي على شبكة الانترنت حملات تحريض على الإعلام الفلسطيني في قالب اتهامي بان السلطة الفلسطينية تخرق البروتوكول الذي تم توقيعه في الخليل في 1997/1/15.

وبعد اتفاق واي بلانتيشين في كانون ثاني 1999 تم تشكيل لجنة ثلاثية فلسطينية أمريكية إسرائيلية لمراقبة التحريض عبر وسائل الإعلام، لكن اللجنة المذكورة وباتفاق أمريكي إسرائيل حاولت الاستمرار في حصار واتهام الإعلام

1- الإعلام الإسرائيلي ومواجهته، محمد عطوي، ص 61.

2- مرجع سابق، ص 62.

الفلسطيني بالتحريض وإثارة العنف وخرق الاتفاقيات الموقعة ما بين الجانب الفلسطيني والإسرائيلي.[1]

وازدادت الحملة التحريضية للماكنة الإعلامية الدعائية في ظل حكومة نتنياهو من خلال تنفيذ عمليات تشويش متعمدة على إذاعة صوت فلسطين والتشويش على البث الإذاعي والتلفزيوني الفلسطيني، ووصل الأمر باتهام الإعلام الفلسطيني بانه إعلام إرهابي، فقد اتهمت صحيفة جورسليم بوست الإسرائيلية بان الراحل الشهيد ياسر عرفات يسهل تنفيذ العمليات الإرهابية داخل فلسطين وعلى ضوء ذلك بدأت عملية حرق إعلامي وتسميم سياسي لشخص الشهيد الراحل من خلال القيام بيث فيلم يسيء للسلطة الفلسطينية ولرئيسها أبو عمار والفيلم من إنتاج محطة BBC.

كل ذلك يمكننا القول إن الإعلام الصهيوني نجح نجاحاً باهراً في تحقيق أهداف الكيان الصهيوني وهذا النجاح ما كان ليكون لولا الدعم الغربي الامبريالي الكولينالي وبذلك يكون هدف الصهيونية قد تحقق بنسبة 80٪ ولا يمكن ان يكتمل الهدف الصهيوني الا بتحقيق الأهداف التالية:[2]

1) استمرار الهجرة اليهودية إلى فلسطين تبريراً لوجودها من ناحية وزيادة عدد سكانها من ناحية أخرى.
2) توسيع نطاقها الإقليمي بحيث يطابق ما أمكن حدود الدولة الإسرائيلية "الحلم" والاستيلاء على مدينة القدس وتكريسها عاصمة رسمية وأبدية لإسرائيل.
3) تطوير الدولة الكبرى في المنطقة أي الدولة الأقوى اقتصادياً وعسكرياً.
4) إيجاد مجال حيوي تستخدم فيه إمكاناتها وطاقاتها الإنتاجية والفنية والعلمية الحالية والمستقبلية.
5) فرض وجودها على العرب كدولة قائمة لا تقهر ولا تزول.

1- مجلة الدراسات الإعلامية عدد 109، تشرين ثاني 2002، ناريمان عواد، ص 59- 60.

2- أضواء على الإعلام الإسرائيلي، د. منذر عنبتاوي، منشورات منظمة التحرير الفلسطينية، ص 21.

ان هـذه الأهـداف نجـد أنهـا أهـداف عدوانيـة توسـعية حيـث دأب الإعـلام الإسرائيلي على الترديد بها بالقول: ان كل موضوع الصراع العربي الإسـرائيلي يدور حول وجود إسرائيل لا أكثر ولا أقل، وكذلك تردد الماكنة الإعلامية الإسرائيلية ان أزمـة الشرق الأوسـط هـي بقـاء إسـرائيل وليـست أزمـة بقـاء الشعب الفلسطيني والأرض الفلسطينية!!!

إستراتيجية الإعلام الدعائي الإسرائيلي:

لاحظنـا فيمـا سبق ان الهدف الإستراتيجي للسياسة الخارجيـة الإسـرائيلية يتمحور بـان تـصبح الـسياسة الإسـرائيلية موجـودة في الخـارج مـع تنسيق كامـل مـع الـسياسة الداخليـة الـتي تستهدف بنـاء قـوة ذاتيـة تجعـل مـن إسـرائيل الدولـة الأقـوى اقتصادياً وعسكرياً، وهذا لن يتحقق إلا اذا اقتنع العالم بان أمنه واستقراره مرتبط بـأمن إسـرائيل وبقائهـا ووجودهـا، وهـذا بالتـالي يقـع ضـمن مـسؤوليات الإعـلام الإسرائيلي الذي تقع عليه مسؤولية كسب الأنصار أي الحلفاء من خلال المداخيل التالية:[1]

أولاً: المدخل إلى اليهودية العالمية: ان هـدف الإعـلام الإسـرائيلي في هـذا المـدخل ان تجعل من اليهود أما مواطنين مقيمين في فلسطين أو رعايا مقيمين في الخـارج يـدينون لهـا بـالولاء والطاعـة، ومـن هنـا فـان إستراتيجية الإعـلام الإسـرائيلي الصهيوني بين يهود العالم تستهدف قبل قيام الكيان الصهيوني تثقيف اليهود بالأهداف الصهيونية وإعدادهم نفسياً للهجرة إلى فلسطين تحقيقاً للنبوءات الدينيـة التوارثيـة بإقامـة دولـة يهوديـة فيهـا، وإنقـاذاً لهـم كانـت الحركـة الصهيونية تصفه باللعنة السامية التي ستبقى أبداً سيفاً مسلطاً على رقابهم ما لم يعيشوا سوية ضمن دولة خاصة بهم على أرض فلسطين.

1- أضواء على الإعلام الإسرائيلي، د. منذر عنبتاوي، ص 31- 64.

وبعد قيام إسرائيل أصبحت الإستراتيجية الإسرائيلية تركز على ايلاء المنجزات الإسرائيلية وتصويرها كملجأ وحيد يقي اليهود من الاضطهاد المحتوم اذا استمروا في الخارج، ومن ناحية أخرى استشعرت الصهيونية بالخطر الذي يواجهها وهو عدم الشعور بالاضطهاد مما يساهم باندماج اليهود في المجتمعات التي كانوا يعيشون فيها وهو عامل من عوامل الإقناع الذي تستخدمه إسرائيل والحركة الصهيونية لدفع اليهود للهجرة، ولذلك اعتبر الإعلام الإسرائيلي ان الخطر الذي يقف أمام الهجرة اليهودية لفلسطين هو الاندماج في المجتمعات التي يعيش فيها اليهود حيث انه يفقد إسرائيل وجودها وقد يؤدي إلى أضعاف الروابط اليهودية.

ومن هنا توصلت الإستراتيجية الإعلامية الإسرائيلية بان السياسة الإعلامية الإسرائيلية يجب أن تقوم بالآتي:

1) محاربة الاندماج اليهودي.
2) العمل على استمرار الهجرة.
3) العمل على ضمان ولاء يهود الشتات والمنفى الذين لا يرغبون بالهجرة إلى فلسطين في المرحلة الآنية وضمان استمرار دعمهم المادي والمعنوي وذلك تكفيراً عن اقتناعهم، فقد صمم الإعلام الإسرائيلي لتحقيق هذه الأهداف الشعارين التاليين:
    1. التأكيد على ان يهودية اليهودي لن تكتمل إلا بالهجرة إلى فلسطين.
    2. ان الحليف المخلص الوحيد للدولة الإسرائيلية هم فقط اليهود.

ثانياً: المدخل إلى دول أوروبا والولايات المتحدة: ان تحقيق هذا الهدف في دول أوروبا وأمريكا لم يكن صعباً بسبب انطلاق الفكرة الصهيونية من قلب أوروبا ولاحقاً أمريكا وان الدعم الذي تلقفته الصهيونية في أوروبا ولاحقاً سيطرت على وسائل الإعلام في هذه الدول جعلها لا تحتاج إلى الأنصار لان الامبريالية الغربية هي التي خلقت إسرائيل، وبالتالي حليفتها الإستراتيجية، لكن الهدف الإسرائيلي في هذا المدخل هو الاحتفاظ بعلاقات قوية وضمان استمرار دعم

الرأي العام الغربي في هذه الدول مادياً ومعنوياً للوجود الإسرائيلي في فلسطين كضرورة حتمية.

ولذلك حددت الإستراتيجية الإعلامية الإسرائيلية أبرز المداخل للإعلام الإسرائيلي من خلال الآتي:

1) محاولة السعي لتقديم إسرائيل بانها منارة العلم والإبداع وهي امتداد للعقل الغربي والحضارة الغربية التقدمية.
2) التأكيد على المعجزات التي خلقتها إسرائيل على الأرض وغيرت معالمها.
3) التأكيد على ان إسرائيل ولدت تحقيقاً لنبوءة العهد القديم.
4) فضح النازية وغيرها من الحركات التي اضطهدت اليهود وان ولادة إسرائيل يعتبر بمثابة الحل التاريخي للمشكلة اليهودية بل خدمة للمصالح الأوروبية والأمريكية في هذه الدول.

ثالثاً: المدخل مع دول افريقيا: سعت الخارجية الإسرائيلية لإقامة علاقات دبلوماسية مع الدول الأفريقية حيث يوجد لها أكثر من ثلاثين بعثة دبلوماسية، ومن هنا فقد سعت الإستراتيجية الإعلامية الإسرائيلية في هذا المدخل إلى تحقيق ما يلي:

1) التأكيد على وحدة التجربة الأفريقية واليهودية من خلال التأكيد على نبذ العنصرية والتأكيد على المساواة حيث يتساوى اليهود مع الأفارقة.
2) التأكيد على عمق التجربة الإسرائيلية وأهميتها الفريدة والرائدة.
3) التأكيد على خلو علاقات إسرائيل بأفريقيا من الأطماع السياسية.
4) التأكيد على الدور الهام الذي يمكن ان تلعبه أفريقيا في تحقيق السلام في الشرق الأوسط.

رابعاً: المدخل إلى آسيا: لقد سعت إسرائيل لانتهاج سياسية إعلامية مع الدول الآسيوية شبيهة بالدور والسياسة التي انتهجتها مع أفريقيا.

وسائل تطبيق مداخيل السياسة الإعلامية الإسرائيلية:

سعت السياسة الإعلامية الإسرائيلية من خلال هذه المداخيل أو الأساليب لتغيير اتجاهات الرأي العام العالمي من خلال موقف الاعتراف بوجود إسرائيل، إضافة إلى موقف تبني أهداف السياسية الخارجية الإسرائيلية والدفاع عنها والهدف من خلال هذه المداخيل للتحول إلى مفاتيح لفتح المغاليق لتكون قوة مؤثرة وضاغطة للسياسة الإعلامية الإسرائيلية والتي تتمثل فيما يلي:[1]

أولاً: الضيافة: دعوة شخصيات عامة وفردية شرط أن يتوفر فيهم الكفاءة والرياسة والخبرة من ذوي الاختصاص السياسي والإعلامي والعسكري والاقتصادي، ويقع تحت هذا البند ما يلي:

أ) الضيوف الرسميون: وهم رؤساء الدول والسفراء والملحقين الثقافيين والاقتصاديين والدبلوماسيين للدول.

ب) الضيوف غير الرسميين وهي الشخصيات الشعبية والثقافية والحزبية.

ثانياً: تنظيم المهرجانات والمؤتمرات: تسعى إسرائيل لحضور المؤتمرات وإداراتها لكسر حالة الجهود ما بينها وبين الدول والمنظمات.

ثالثاً: الدورات التدريبية: تحاول إسرائيل تسويق تجربتها وخاصة في دول العالم الثالث.

رابعاً: تخليد الصداقات: خاصة صداقة الأشخاص، وتسعى إسرائيل من خلال ذلك بتسمية الشوارع وإقامة النصب التذكارية وزراعة الأشجار وإقامة المباني باسم الدول.

خامساً: السياحة والسياح: تسعى إسرائيل لاستقطاب السياح وتعريفهم بانجازاتها وتسعى إلى دعم السياحة الدينية، ويحاول الإعلام الإسرائيلي إيهام السياح الآثار العربية مثل البتراء هي آثار إسرائيلية؟

1- مرجع سابق، ص 68- 108.

سادساً: تصدير الخبراء: لتعزيز التعاون مع الدول من خلال تقديم خبراتها العلمية والتربوية والصناعية من خلال المنظمات الدولية.

أدوات تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية الإسرائيلية:

حدد خبراء الإستراتيجية الإعلامية الإسرائيلية أدواتها من خلال المسارين التاليين:

أولاً: المسار الداخلي أو الأدوات الداخلية: ويتفرع من هذه الأدوات ما يلي:[1]

1) قسم الأفلام.
2) وحدة ما وراء البحار.
3) المكتب الصحفي للحكومة، ويصدر عن هذا المكتب المنشورات التالية:
   أ- نشرة إخبارية يومية باللغتين العربية والانجليزية.
   ب- ملخص أسبوعي بالانجليزي.
   ج- مختار إسرائيل.
   د- حقائق عن إسرائيل
4) مؤسسة الإذاعة "صوت إسرائيل".
5) الإدارة المركزية لوزارة الخارجية وتتشكل من ما يلي:
   أ- إدارة الإعلام.
   ب- إدارة العلاقات الثقافية.
   ج- إدارة التعاون الدولي.
   د- المعهد التكنولوجي.
   هـ- الجامعة العبرية.
   و- المعهد الأفروأسيوي.
   ز- مركز جبل الكرمل الدولي.

1- مرجع سابق، ص 146- 160.

6) دوائر التعاون والارتباط في وزارة الدفاع.

7) مجالس الصداقة.

ثانياً: الأدوات الخارجية: وتشمل:[1]

1) البعثات الدبلوماسية والقنصلية الإسرائيلية.

2) المراكز الإعلامية الإسرائيلية.

3) جمعيات الصداقة مع إسرائيل.

4) المعاهد الثقافية الإسرائيلية.

5) الطلبة الإسرائيليون بالخارج.

6) التنظيمات الصهيونية واليهودية بالخارج.

التكتيكات الإعلامية الإسرائيلية:

اعتمدت الماكنة الدعائية الإسرائيلية مجموعة من التكتيكات يمكن إجمالها على النحو التالي:[2]

1) إقامة مكتب إقليمي خاص لإدارة الحرب الدعائية ضد الفلسطينيين للخروج من صدمة المفاجأة، وهذا المكتب مشكل من وزارة الحرب والخارجية والأجهزة الأمنية ومكتب رئيس الوزراء يضع الخطط للرد على الإعلام العالمي، ولتحطيم النجاح الذي صنعته الانتفاضة والمقاومة الفلسطينية.

2) انطلقت إستراتيجية الإعلام الدعائي بالقول بان إسرائيل تخوض حرباً دفاعية لإعلام الإسرائيليين فيها فهي مفروضة عليهم فرضاً من قوى خارجية شريرة وان الجيش الإسرائيلي لا يستخدم السلاح إلا في إطار أخلاقي محض.

1- مرجع سابق، ص 161- 168.

2- الإرهاب والدعاية، د. عبد الرزاق الدليمي، ص 156- 157.

3) تشويه صورة المقاومة الفلسطينية على أن أعمالها بشعة ومتوحشة وثأرية يقوم بها وحوش لا قيمة أخلاقية وحضارية لديهم.

4) يروج الإعلام الدعائي الإسرائيلي بان إسرائيل تريد توقيع معاهدة سلام أبدية مع الفلسطينيين لكن ياسر عرفات أضاع الفرصة التاريخية حيث عرض رئيس وزراء إسرائيل أيهود باراك على عرفات أهم عرض سخي.

الأساليب الحديثة للإعلام "الصهيوني- إسرائيلي":

للإعلام الصهيوني- إسرائيلي أساليب مختلفة يستخدمها في خدمة أهدافه وأطماعه في فلسطين فقد أشرنا إلى ان الإعلام الدعائي الصهيوني انطلق من مخاطبة الجماهير حسب مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية والفكرية والعقائدية هذه التوجيهات استدعت ان يلجأ إلى وسائل متنوعة ومتعددة لتحقيق أهداف الصهيونية في عملها الدعائي والإعلامي معاً وعلى اتجاهين:

1) جذب النشطاء من اليهود وإقناعهم بالهجرة إلى فلسطين.

2) إقناع الشعوب والدول بعدالة إدعاءات الصهيونية بان لهم حق تاريخي وسياسي.

فقد ركز الإعلام الصهيوني على مراكز القوى الدولية الاستعمارية حيث ربطت الدعاية الصهيونية نفوذها وقوتها بالدول الكبرى لانها قادرة على تحقيق طموحات وأهداف الحركة الصهيونية حيث عملت على مخاطبة الرأي العام الغربي لإقناعه بمشروعية الأهداف التي جاءت من أجلها الفكرة والايدولوجيا الصهيونية، ولذلك سعت الصهيونية أولاً للسيطرة على وسائل الإعلام العالمية وخاصة مراكز القوى الدولية في الولايات المتحدة.

والحقيقة التي لابد من الاعتراف بها ان الحركة الصهيونية تعتبر من أبرز الحركات السياسية التي نجحت في استخدام الإعلام وهذا سر قوتها.

سر نجاح الإعلام الدعائي الصهيوني- إسرائيلي:

ارتكز الإعلام الدعائي الصهيوني- إسرائيلي على دعائم لعبت دوراً إيجابياً وأساسياً في نجاحها وقد نجحت تماماً في ذلك حيث ان معظم انتصارات إسرائيل على العرب هي انتصارات إعلامية أكثر منها عسكرية، ومن هنا فان سر نجاح الكيان الصهيوني في المجال الإعلامي الدعائي يكمن فيما يلي:[1]

1) التخطيط المستقبلي للمدى البعيد الذي لا يكشف عن الخطورة اللاحقة إلا بعد ان يفرغ من الخطوة الأولى.
2) بناء تنظيمات ومؤسسات فعالة في كافة إنحاء العالم منها العاملة بالإعلام ومنها العاملة في كافة النشاط الاجتماعي والاقتصادي بل والصناعي وكلها تمارس بالكلمة أو بالاتصالات الشخصية أو الجماعية دوراً إعلامياً.
3) مساندة الإعلام الغربي العالمي لإسرائيل خاصة في أوروبا.
4) الدعم الغير محدود من الولايات المتحدة بل وصل الأمر ان أمريكا تمول خطط الإعلام الإسرائيلي في دول العالم الثالث.
5) استثمار سلبية الإعلام العربي التي أفسحت المجال أمام الإعلام الإسرائيلي كي يمارس دوره بحرية ليتفرد بأدمغة الرأي العام العالي دون منافسة.
6) العلاقة القائمة بين تأثير الحملات الإعلامية الإسرائيلية القائمة على المشاركة الإيجابية في مختلف أوجه النشاط السياسي والعسكري والثقافي والاقتصادي لمختلف بلدان العالم وبين الغياب الغربي الكامل عن هذه المجالات والتأثير السلبي للإعلام العربي.

1- مجلة الدراسات الإعلامية، عدد 72 سنة 1993، ص 27- 29.

كما وأشار باحثون إلى ان سر نجاح الإعلام الدعائي الإسرائيلي يكمن فيما يلي:[1]

1) وجود خلفية تاريخية ذات مواقف متميزة ضد البلاد العربية.
2) تمثيل اليهود لقوة ضاغطة في تلك المجتمعات وهذه القوة تنساب من خلال المهن الحرة إلى مراكز القوى الفكرية والإعلامية والاقتصادية.
3) استغلال الأقليات التي ترتبط بتقاليد تاريخية بالمجتمع الإسرائيلي.
4) وجود تخطيط دعائي منظم تشرف عليه وزارة الخارجية الإسرائيلية على أسس علمية ويصار إلى تنفيذه.
5) ضعف الإعلام العربي المعاكس والمضاد على المستوى المطلوب وغياب الإستراتيجية الإعلامية العربية.

من جهته أشار الباحث د. عبد الرزاق الدليمي بان أبرز أسباب نجاح الإعلام الدعائي الإسرائيلي يعود إلى الآتي:[2]

1) تعدد المنظمات الدعائية وتنوعها وضخامة عددها واعتمادها التخطيط العلمي.
2) الاعتماد على الجماعات اليهودية في الغرب الذين يشكلون عصباً مهماً داخل المجتمعات الغربية وإظهار وجهات نظر إسرائيل.
3) عجز وتخلف وغياب الإعلام العربي.
4) التعاطف الغربي مع إسرائيل لانها دولة وظيفية تعكس النمط الحضاري والامبريالي الغربي لتقوم على خدمته ولانها جزء من الإستراتيجية العسكرية والسياسية والحضارية للعالم الغربي، وسوف نتحدث لاحقاً عن ما يسمى باللوبيات الصهيونية في العالم الغربي.

1- الإعلام الإسرائيل، تقي الدين تير، ص 133- 134.

2- الإرهاب والدعاية، الدليمي، ص 161- 162.

وعودة إلى وسائل وأساليب الإعلام الدعائي الصهيوني- إسرائيلي، فقد استخدمت الماكنة الإسرائيلية الحديثة وسائل وأساليب متعددة متشعبة تتطور بتطور وسائل الإعلام والاتصال ويمكننا القول ان الماكنة الدعائية الصهيونية أصبحت أقوى إمبراطورية دعائية إعلامية مؤثرة ومهيمنة على الرأي العام حيث تمكنت من تحقيق الأهداف التالية:

1) قدرتها على خلق آراء جديدة لعقائد الآخرين تشكك في مصداقية المعتقدات العربية أي خلق أجواء التفكيك في الأديان والثقافات.
2) تعبئة وحشد عواطف الآخرين.

ومن هنا فان الإعلام الصهيوني- إسرائيلي الدعائي يعمل بلا حدود وبلا قيود لتنفيذ أهدافه ومآربه للوصول إلى الغايات التي تريد الصهيونية العالمية ان تصل إليه، ولذلك فان أبرز أساليب الدعاية أو الإعلام الدعائي الصهيوني تتحصر فيما يلي:

أولاً: المناورة والمراوغة: ان أسلوب المناورة أو المراوغة هو أحد الأساليب الرئيسية التي يرتكز عليها الإعلام الصهيوني الدعائي، فالإعلام الصهيوني –الإسرائيلي الدعائي مناور ومراوغ وبارع، فالصهاينة يعرفون جيداً من خلاله كيف يحولوا أنظار العالم عن المسائل الحساسة التي تضرهم أو تؤلمهم أو تفضحهم، كما ان الإعلام الصهيوني – إسرائيلي نشط إلى لفت الأنظار والتركيز على المسائل التي تضر الخصم أو تلفت النظر إلى سلبياته، من جهة أخرى فالإعلام الصهيوني- إسرائيلي يعرف أيضاً.

كيف يركز على إيجابياته وعلى الوجه المشرق الحضاري للكيان الصهيوني، وكذلك على تلميع صورة وسمعة هذا الكيان لدى الرأي العام العالمي ويساعد في ذلك خصوصيته والديناميكية التي يمتاز بها عند الإعلام العربي.

كما ويعتمد هذا الإعلام أسلوباً فريداً وذكياً في المناورة والمراوغة فهو يعرف كيف يتهرب من الأسئلة المطروحة عله بشكل لبق، فهو يحرص على التهرب من التفاصيل إلى العموميات ومن العموميات إلى التفاصيل عندما يرى في ذلك مصلحة له أو ان ذلك يخدم أهدافه وأغراضه.[1]

ومن الأمثلة على أسلوب المراوغة والمناورة في الإعلام الدعائي الصهيوني إسرائيلي أنه يعتمد أسلوباً ذكياً فريداً، فوسائل الإعلام الدعائي الصهيوني- إسرائيلية تعرف جيداً كيف تتهرب عندما تواجه أسئلة يفترض الإجابة عليها اذ تلجأ إلى التهرب من التفاصيل إلى العموميات، فالصهاينة مثلاً يتهربون عن حقوق الفلسطينيين المشروعة بالقول ان الفلسطينيين عرباً والدولة العربية هي سبب المشكلة لانها رفضت توطين الفلسطينيين واستيعابهم في مجتمعاتها وحافظت عليهم في مجتمعات اللاجئين ليبقوا بؤرة توتر في المنطقة لاستعمالهم كورقة ضغط ضد إسرائيل المسالمة، وتقول الدعاية الصهيونية لماذا يتحدث المصري أو العراقي أو السوري عن فلسطين أليس ذلك لانه يضمر الشر لإسرائيل؟

وان له نوايا عدوانية ضد إسرائيل المسكينة التي تكافح من أجل البقاء والعيش بسلام؟

وهم بهذا يحولون الأنظار عن القضية الفلسطينية وحقوق الشعب الفلسطيني المشروعة، كما ان الإعلام الصهيوني يتجاوز ذكر كلمة فلسطين في قاموسهم الإعلامي والسياسي واذا ما تحدثوا عن الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967 فيسمونها المناطق المدارة أو عرب يهودا والسامرة ويسمون الفلسطينيين داخل الأراضي 48 عرب إسرائيل والهدف من وراء ذلك هو أنهم لا يريدون إيجاد انطباع لدى الرأي العام الدولي بان الفلسطينيين شعب له مقوماته وحقوقه المشروعة

1- أساليب الإعلام الصهيوني، محمود اللبدي، منشورات فلسطين المحتلة، ص 11- 12.

كشعب حسبما ينص عليه ميثاق الأمم المتحدة وقرارات مجلس الأمن الخاصة بحقوق الإنسان.[1]

والأهم من ذلك ان الإعلام الصهيوني – إسرائيلي يعرف كيف يناور ويراوغ لإدخالك في متاهات وتفاصيل صغيرة جانبية وذلك لإبعاد الأنظار عن القضية الأساسية إلى الحقوق الفلسطينية المشروعة والمعترف بها دولياً، فعلى سبيل المثال عند التحدث عن الانسحاب من الأراضي التي احتلت عام 1967 والاعتراف بالحقوق الوطنية للشعب الفلسطيني ترى نفسك قد وقعت في دوامة من التفاصيل الجانبية ليس لها أول وليس لها آخر.

كما انها قد لا تمت إلى الموضوع بصلة فمثلاً يطرح عليك أحد الصهاينة السؤال التالي:

ما هو رأيك بقضية الأكراد علماً بانه يعرف ان هذه قضية حساسة من الناحية القومية قد تضعك في تناقض مع سياسات بعض الدول العربية كسوريا والعراق وهذا ليس حرصاً على قضية الأكراد بل لتضييع الموضوع والدخول في متاهات بعيدة عن الموضوع.[2]

ثانياً: الابتزاز والتهديد: استعملت الماكنة الدعائية الصهيوني- الإسرائيلية أسلوب الابتزاز والتهديد، يستعمل هذا الأسلوب مع من يفكر في تغيير سياسته في الاتجاه المضاد لسياسة إسرائيل العدوانية، لقد وضعت الماكنة الدعائية معظم السياسيين الغربيين وخصوصاً الجيل القديم منهم في حالة خوف دائم فمن الذي يجرؤ على توجيه اللوم وانتقاد السياسة الإسرائيلية خاصة اذا كان هذا الرجل أيام شبابه ضابطاً في الجيش النازي الألماني، ولهذا فان هؤلاء السياسيين من الجيل القديم الذي عاش خلال الحرب العالمية هم من أشد الناس تأييداً لإسرائيل، لقد استخدم الصهاينة أجهزة إعلامهم النافذة المفعول

1- الإعلام الصهيوني وأساليبه، ص 64- 65.

2- مرجع سابق، ص 65- 77.

في البلاد الغربية لمحاربة خصومهم بل لتحطيمهم سياسياً اذا اقتضى الأمر، وقد استعملت هذه السياسة الابتزازية ببراعة ضد الألمان وخاصة في جمهورية ألمانيا الاتحادية حتى انه كل من يفكر بتوجيه الانتقاد لإسرائيل كان يوهم لمجرد ذلك التفكير بانه نازي ومعادي للسامية أو انه اشترك في ذبح اليهود، وهذه تهمة تكفي لتحطيم الحياة السياسية لأي سياسي أوروبي أو غربي بشكل عام.[1]

لقد سعى الصهاينة لترسيخ ما أطلق عليها بعقدة الذنب ليس فقط في ألمانيا حيث يدعون زوراً ان الألمان قتلوا ستة ملايين يهودي أثناء فترة حكم النازية، بل رسخوا هذه العقدة لدى جميع الشعوب الأوربية الغربية في أمريكا، فقد أقنعت الصهيونية الشعب الأمريكي بان عليه ان يتحمل جزءاً من المسؤولية الأخلاقية في ذبح اليهود لانه لم يقدم ما فيه الكفاية لإنقاذهم.

ان العالم الذي قتل الأبرياء حتى لو كان فرداً واحداً فما بالك بقتل مئات الآلاف الذي ذهبوا ضحية العداء النازي لليهود وللملايين الذين قتلوا واحرقوا وسخروا في الأعمال الشاقة حتى الموت من الغجر والروس والبولنديين وغيرهم من الجنسيات الأخرى بما فيهم الأسيويين والأفارقة الذين انخرطوا في الجيوش المحاربة مجبرين تحت سوط الاستعمار الذي كان مسلطاً عليهم وفقط اليهود هم القادرون على الابتزاز فقد حصلوا أخيراً على عشرة مليارات مارك ألماني من الحكومة والشركات الألمانية تعويضاً عن ضحايا العمل والسخرة.[2]

ومن أبرز الأمثلة على الابتزاز الصهيوني فقد قام اللوبي الصهيوني العالمي بدعم من الحكومة الإسرائيلية بحملة دعائية للضغط على الفاتيكان من أجل انتزاع اعتراف رسمي بأخطاء الكنيسة الكاثوليكية بشأن المحارق النازية

1- أساليب الإعلام الصهيوني، اللبدي، ص 25- 26.

2- صحيفة الحياة اللندنية، عدد 1999/12/27.

بالإضافة إلى المحاولات الخاصة بإبعاد الفاتيكان عن المشاركة في مفاوضات الحل النهائي للقدس.[1]

ثالثاً: الاستعطاف: يعتبر أسلوب الاستعطاف من الأساليب المحببة للإعلام الدعائي الصهيوني –إسرائيلي حيث ان الصهاينة يفضلون التباكي أمام الرأي العام العالمي لاستدراء عطفه وتأييده، ويعتبر الصهاينة هذا الأسلوب كأحد أنجح الأساليب التي تنتهجها لكي يعزز الصورة التي يرسمها أو طبعها في عقول الناس عن الصهيونية من خلال استثمار ما يسمى بمذابح وعذابات اليهود عبر التاريخ وخاصة في أوروبا وذلك بدءاً من محاكم التفتيش في أسبانيا في القرن الخامس عشر حتى البوغرام في روسيا في القرن الماضي أي ملاحقة اليهود الروس ومصادرة أملاكهم وأخيراً أفران الغاز الهتلرية وسط أوروبا.

وقد روج الإعلام الدعائي الصهيوني كافة الحجج الاستعطافية لكي يكسب تأييد العالم وعطفه لصالح إقامة الدولة الصهيونية وطرح الصهيونية المقولة القائلة انه من أجل تخليص اليهود من العذاب المستمر عبر التاريخ فلابد من تأييد إقامة الكيان الصهيوني في فلسطين، وبذلك فهم اليهود سياسة من أين تؤكل الكتف، ومن أجل ذلك فقد ركزوا ووجهوا نشاطهم الإعلامي والسياسي في مخاطبة أصحاب القرار والرأي العام في تلك الدول المؤثرة على اتخاذ القرار السياسي لصالح أهدافهم وأطماعهم، كما انهم لم يسمحوا لأنفسهم ان يضيعوا في الهوامش.[2]

ففي مجال الاستعطاف فقد زودت النازية الإعلام الصهيوني- إسرائيلي بالذخيرة الحية لإنجاح قصف أهداف مرسومة، فقد استفاد هذا الإعلام من المذابح

1- لمزيد من الاطلاع انظر مرجع سابق، ص 96- 99.

2- أساليب الإعلام الصهيوني، اللبدي، ص41- 42.

النازية في أوروبا وجعلوا من الهولوكست أسطورة تتردد على ألسنة الناس في الغرب رغم ان الهولوكست ساهم في ولادة الكيان الصهيوني في فلسطين ولذلك أصبح الهولوكست من أبرز دعامات الإعلام الصهيوني من خلال استعطاف وابتزاز الغرب ليستمروا في تأييد ودعم إسرائيل المطلق متناسين الأعمال البربرية والوحشية التي تنفذها ضد الشعب الفلسطيني كما يجب ان يذهب بال القارئ بعيداً فالهولوكست ساهم في إقامة الكيان الصهيوني لكن المصالح الامبريالية هي التي دعمت ولادة الكيان.

رابعاً: **التزوير**: يمتاز الإعلام الصهيوني –إسرائيلي ببراعة في تزوير الحقائق وإتقانها اذ يشعر الإنسان العادي والغير مطلع بان كل ما ينقل إليه هو الصحيح وهذا الأسلوب الإعلامي يعتبر من أساسيات الإعلام الصهيوني منذ مراحله الأولى وحتى إعلان إقامة الكيان ولم يكن التزوير في المخطط الصهيوني ذا اتجاه واحد فقط بل يرتكز على عدة اتجاهات لتستقر صورة إسرائيل في أذهان الرأي العام العالمي، كما رسمتها إسرائيل لنفسها فهي حقيقة تاريخية وحجتها في ذلك انها دولة قائمة ولها حق البقاء.

ويتميز الإعلام الصهيوني بالبراعة في التزوير وقلب الحقائق والمفاهيم حول مختلف القضايا مستخدماً في ذلك وسائل الخداع والرشوة وفي حالة أخفاق هذه الوسائل يلجأ إلى الأعمال الإرهابية بمختلف أصنافها ووسائلها.[1]

ومن الأمثلة على براعة الإعلام الصهيوني بالتزوير هي قضية اللاجئين الفلسطينيين لقد طرح الإعلام الصهيوني منذ البداية بان الفلسطينيين العرب قد غادروا البلاد بناء على رغبتهم الخاصة وان أحداً لم يطردهم منها وان الفلسطينيين غادروا فلسطين برغبة منهم.[2]

1- الإعلام الصهيوني وأساليبه، ص 111- 112.

2- الإعلام الصهيوني وأساليبه، ص 54.

خامساً: التشنيع بالخصم: هذا الأسلوب الإعلامي القائم على التشنيع من أشد الأساليب الأكثر شيوعية لدى الإعلام الصهيوني، فقد نجح الصهاينة في ذلك فقد شنوا حرباً شنيعة ضد الخصم العربي الفلسطيني حيث تمكنوا من عزل الضحية وطليعتها السياسية منظمة التحرير الفلسطينية وجعلوا من الأحرف الأولى "P l o" التي تشكل اختصار "م. ن. ف" تتساوى مع الدم والإرهاب والقتل.

هذا وقد ركز الإعلام الصهيوني في تشنيعه بالفلسطينيين من خلال إلصاق تهمة الإرهاب بالعرب والمسلمين فكل عمل مقاوم من وجهة نظر الماكنة الدعائية الصهيونية هو عمل إرهابي موجه ضد الأطفال والنساء الإسرائيليين المسالمين الآمنين والهدف هو منع تعاطف الرأي العام العالمي مع الشعب الفلسطيني والأخطر من ذلك تسويق الشعب الفلسطيني بانه المسؤول عن منتج الإرهاب الدولي أي ان الشخصية الفلسطينية خاصة والعربية عامة جبلت على الموت والدمار والقتل.

سادساً: التكرار: هذا الأسلوب أول ما ابتكرته النازية حيث يقول هتلر "ان قابلية الجماهير للاستيعاب محدودة وذكاؤها متخفض أما قدرتها على النسيان فهي كبيرة ونظراً إلى هذه الحقائق فان أي دعاية مؤثرة لابد وان تقتصر على نقاط قليلة وان تكرار الشعارات حتى يفهم آخر فرد في الجمهور ما يريد له ان من شعارك.

ويضيف هتلر ان ألمع أسلوب إعلامي سوف لن يعطي نجاحاً إلا اذا رسخ في الذهن مبدأ أساسياً لا تناقص الاهتمام به، وبشكل دائم يجب ان يقتصر على نقاط قليلة وتكرارها مرات في هذا المجال أو المجالات الأخرى في العالم فان المثابرة هي المطلب الأول والأهم من أجل النجاح.[1]

ولذلك فان الإعلام الدعائي الصهيوني- إسرائيلي احتذى منهج الإعلام النازي الهتلري فهو خير خلف لأسوأ سلف، ومن هنا فان التكرار كأسلوب إعلامي

1- مرجع سابق، ص 117- 118.

تصدر أبرز أساليب الإعلام الصهيوني فهو يكرر خطابه دون كلل أو ملل وخاصة ملف الهولوكست، الإرهاب الفلسطيني، المنظمات الإرهابية، إسرائيل واحة ديمقراطية وتنشر السلام، والعرب يريدون رمي إسرائيل بالبحر.

ان نهج التكرار في الإعلام الصهيوني الدعائي تركز على ما يلي:[1]

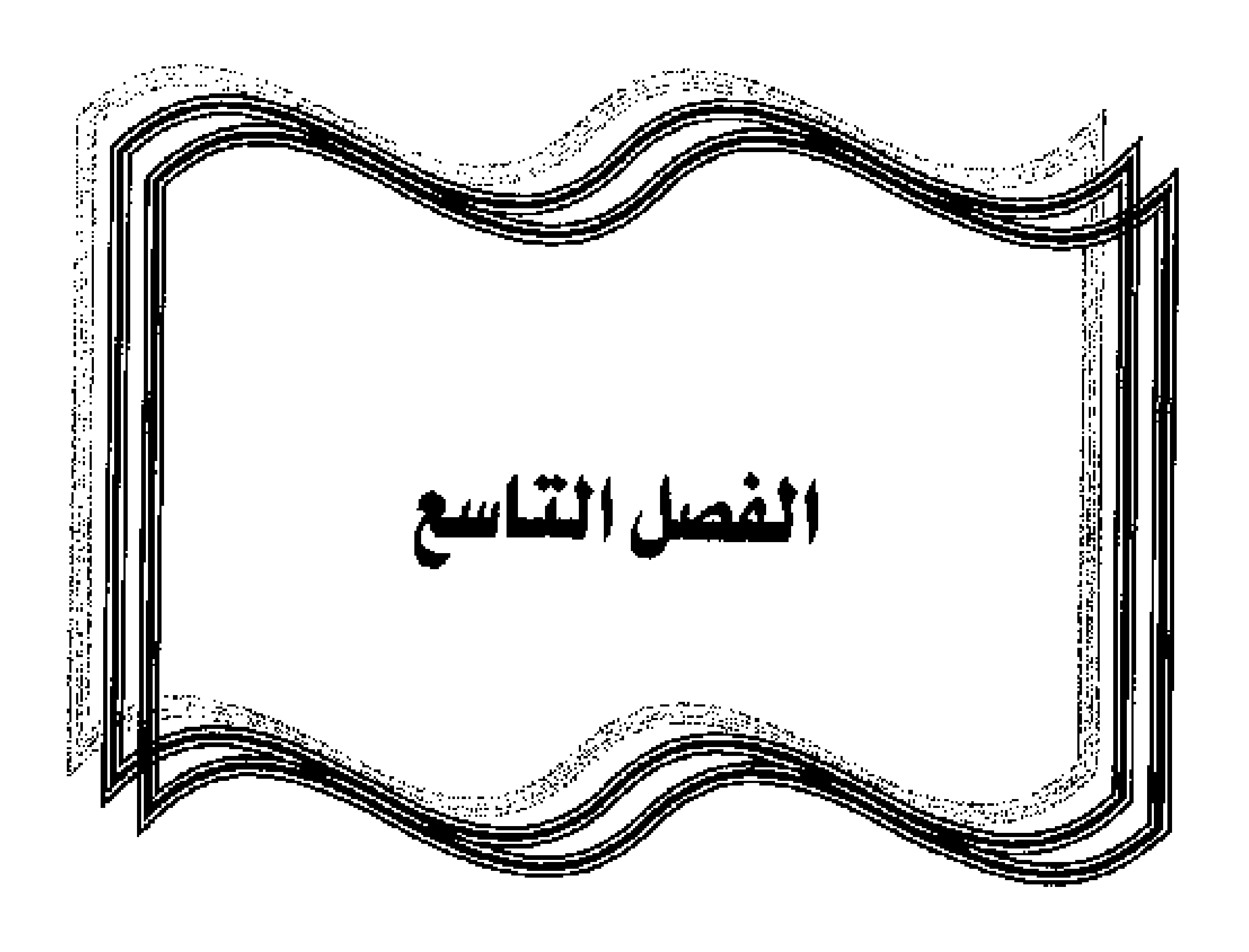
1) خرافة الجنس اليهودي.
2) خرافة حول مصادر الاندماج اليهودي.
3) خرافة الأمة اليهودية.
4) خرافة الجوهر الديني الصهيوني.
5) خرافة أرض الميعاد.
6) خرافة العداء للسامية.

سابعاً: التلميع: ان الإعلام الدعائي الصهيوني أتبع أسلوباً هاماً لاستقطاب الرأي العام وتجميعه حول إسرائيل، فقد صور هذا الإعلام إسرائيل على انها الدولة الأنموذج والبلد المتحضر والناجح بل ان إسرائيل هي من عجائب الدنيا، وان هدف الإعلام الصهيوني هو أبهار الرأي العام العالمي لشد الانتباه والإشادة بانجازاتها المذهلة، على اعتبار ان إسرائيل معجزة الشرق الأوسط أي انها معجزة إلهية أولاً ومعجزة البعث القومي ثانياً وثالثاً اسم إسرائيل معجزة.... ورابعاً معجزة الموارد اليهودية وخامساً معجزة التسلسل الزمني اليهودي وسادساً معجزة تحرير القدس وسابعاً معجزة عدم الإيمان باليهودية.[2]

ثامناً: التشبه بالشعوب: شبهت إسرائيل نفسها بالدول العظمى الديمقراطية بانها واحة للديمقراطية مقابل صحراء عربية قاحلة يحكمها حكام دكتاتوريون، كما أنها تؤكد بأنها سوق حرة للأفكار الليبرالية الحرة وأن الاقتصاد

1- أساليب الإعلام الصهيوني، الحوت، ص 120- 121.
2- الإعلام الصهيوني، اللبدي، ص 95- 110.

الإسرائيلي منفتح للرأسمالية والاستثمارات العالمية بل ان إسرائيل دولة العدالة الاجتماعية والاشتراكية لجذب الحركات الاشتراكية واليسارية إليها.



هيمنة المؤسسة العسكرية والأمنية على الإعلام الصهيوني

مفهوم المؤسسة العسكرية: يشمل مفهوم المؤسسة العسكرية ما يلي:[1]

1) هيئة أركان الجيش.
2) الضباط المحترفون في الجيش الإسرائيلي.
3) أجهزة المخابرات العسكرية والسياسية.
4) معاهد الدراسات الإستراتيجية التابعة لهيئة الأركان.
5) كل التنظيمات التي يمتد إليها الجيش بتوجيهه وأشرافه.
6) الضباط السابقون الذين يسيطرون على مرافق الجيش الإسرائيلي الحيوية"الموانئ والصناعات الإستراتجية"، الطيران المدني، المفاعلات الذرية والذين يتلقون أوامرهم من الجيش.
7) مجموعة السياسيين المحترفين الذين ربطوا حياتهم السياسية بدور الجيش وتضم هذه المجموعة وزارة الدفاع.

نماذج من عسكرة الإعلام في إسرائيل:

إسرائيل ثكنة عسكرية وهي بمثابة اسبرطة الجديدة تعتمد على القوة والغطرسة والعنف والإرهاب والقتل والإبادة للشعب العربي الفلسطيني انها عقلية متحجرة لا يمكن ان تعترف بالآخر إلا اذا انفجرت من الداخل، وأبرز وسائل الإعلام التي تم عسكرتها في إسرائيل ما يلي:

أولاً: الصحافة العسكرية: بلغ حجم الصحافة العسكرية في إسرائيل ثلث حجم مطبوعاتها الدورية تقريباً التي طالها مقص التقليص أواسط عام 1991، فاقتصرت على ثلاث مجلات دورية كإجراء لتخفيض النفقات وسوف يكون على هذه المجلات الثلاث ان تغطي كل ما كانت تغطية تلك الكثرة من المطبوعات الدورية والتي بلغت عشية قرار الهيكلة حوالي 20 مجلة توزع على الجمهور بالإضافة إلى حوالي مائة مجلة أخرى مختصة للاستهلاك المحلي

1- النخبة الحاكمة في إسرائيل، د. نظام بركات، ص 148.

الداخلي في الجيش الإسرائيلي، وأبرز أسماء المجلات العسكرية الأكثر انتشاراً في إسرائيل ما يلي:[1]

1) مجلة "بنحية": وتعني المعسكر، وقد تأسست عام 1948 أسسها صاع شلنتاي في تل أبيب، وهي مجلة أسبوعية مصورة تعتبر المجلة الأكثر انتشاراً في إسرائيل ومنذ عام 1973 كان يطبع منها مليون وثلاثمائة نسخة وهي بهذا الرقم تعتبر أكبر مجلة عبرية على الإطلاق وتعنى بشؤون القوات المسلحة وتتوجه بشكل خاص للجنود، وفيها أبواب للتسلية والترفيه وأخرى للتعليم والتوجيه وغير ذلك كمواضيع التاريخ العسكري ومختلف المستجدات.

2) مجلة "معراخوت": وتعني معارك وكانت تعتبر مجلة الجيش الرئيسية وهي تصدر باللغة العبرية تأسست عام 1939 في تل أبيب، وهي مجلة شهرية تحتوي على أبحاث عسكرية فنية بالإضافة إلى الأبواب العادية.

3) مجلة محنايم: وهي مجلة أسبوعية صغيرة الحجم على شكل كتيب تهتم بالشؤون الاجتماعية والدينية للجنود وتعالج مشاكلهم.

4) مجلة "باماحنه جدناع" أي في معسكر الفتوة: وهي مجلة نصف شهرية تصدر بالعبرية عن وزارة الدفاع وتتوجه إلى الشباب الذين ينتمون إلى وحدات الجيش.

5) مجلة باماحنه ناحال" أي في معسكر النحال: وهي مجلة شهرية تصدر باللغة العبرية متوسطة الحجم عن قيادة النحال للعسكريين المزارعين التابعين لوحدات الطلائع المحاربة.

6) بتعوت حيل هافير: أي مطالب سلاح الجو، تصدرها قيادة سلاح الجو الإسرائيلي باللغة العبرية وهي مجلة أسبوعية تأسست عام 1948.

1- الإعلام الإسرائيلي ومواجهته، محمد عطوي، ص 74- 76.

7) سكيرا حودشيت: وهي نشرة شهرية عبرية تصدرها وزارة الدفاع الإسرائيلية في عكا وهي مجلة تعليمية عسكرية للضباط.

8) مجلة دابي هاجا: وهي مجلة نصف شهرية تصدرها قيادة الدفاع المدني.

9) مجلة لاكت: وهي مجلة شهرية تصدرها رئاسة الأركان العامة وتشتمل على الأوامر والأنظمة.

10) مجلة لي معتاريم باماحته: وهي مجلة شهرية يصدرها فرع الشباب في وزارة الدفاع الإسرائيلية.

11) مجلة معراخوت يام: وهي مجلة نصف شهرية يصدرها سلاح البحرية الإسرائيلي.

12) مجلة تزيلون "سيكون": وهي مجلة شهرية تعنى بالشؤون العسكرية العامة تصدر باللغة اليديشية.

13) مجلة جيش إسرائيل: وهي مجلة مصورة برز فيها المراسل الحربي "رامان لوري" الصحفي والرسام الكاريكاتوري الذي يكتب في العديد من الصحف الإسرائيلية ومنها صحيفة جيروسيلم، وقد حصل في عام 1954 على جائزة إسرائيلية.

14) مجلة الجندي الإسرائيلي: وهي مجلة تعليمية وتوجيهية وترفيهية تتوجه إلى الجنود وهي تصدر باللغة اليديشية.

ثانياً: الإذاعة العسكرية: تعتبر الإذاعة الإسرائيلية هيئة مستقلة تابعة لمكتب رئيس الوزراء مباشرة وتمتلك بضع محطات موزعة على مختلف مناطق إسرائيل كالمحطة الموجودة على جبل الكرمل، وتلك الموجودة قرب "رحبوت" وهناك محطة في يافا وهي تبث برامجها بلغات مختلفة بمعدل أربع عشرة لغة بمجموع لا يتجاوز 52 ساعة يومياً أي نحو 400 ساعة أسبوعياً ومحطة الجيش الإسرائيلي واحدة من تلك المحطات يكونها تتبع رئيس هيئة الأركان بخلاف

بقايا المحطات بكونها تتبع رئيس هيئة الأركان إضافة إلى المحطات التي تتبع مكتب رئيس الوزراء، وقد تأسست إذاعة الجيش عام 1950 لإبعاد الجيش عن السياسة أي ضمن إطار سياسة جعل الجيش فوق التوجهات الحزبية ومنع المؤثرات الحزبية من الوصول إلى الجنود، ان هذه الإذاعة تعتبر أهم وسائل الإعلام العسكرية وعليها ان تتبنى سياسة دعائية خالصة الولاء للصهيونية العالمية ومشروعها الاستيطاني والدين اليهودي والعرق اليهودي كشعب الله المختار وعلى أفراد الجيش ان يحترفوا الحرب فقط بغض النظر عن الحركات والانتماءات الحزبية ولذلك على الجيش أن يكون بعيداً عن الصراعات الحزبية والسياسية.

ومن الجدير بالذكر ان معظم العاملين في هذه المحطة من العسكريين من الاستخبارات العسكرية وتعتبر الإذاعة العسكرية مدرسة عملية للإعلاميين الإسرائيليين حيث يلتحقون بعد إنهائهم لخدمتهم الإلزامية بإذاعة صوت إسرائيل أو إحدى المؤسسات الإعلامية الأخرى، كما وعمل بهذه المحطة عدد كبير من أبرز رجال الإعلام الصهيوني أمثال "يتسحاق لفني، ويتسحاق عال".

تطورات إذاعة الجيش الإسرائيلي:

تطورت هذه المحطة منذ ان أنشئت عام 1950 وعلى مر السنين وتمت زيادة ساعات البث للمرة الأولى من ساعتين يومياً إلى 12 ساعة أواخر الخمسينات إلى 24 ساعة ومن محطة واحدة إلى اثنتين ومن أستوديو تسجيل واحد إلى عدة استوديوهات.[1]

1- مرجع سابق، ص 68- 71.

وظائف محطة الإذاعة العسكرية:

تحددت مهام الإذاعة العسكرية الإسرائيلية بالمهام والوظائف التالية:[1]

1) إرسال التحيات إلى الجنود من أسرهم وأعزائهم وكذلك إرسال تحيات الجنود إلى العملاء.

2) نقل البرامج التعليمة للجنود في مواضيع تراث المعركة وتاريخ شعب إسرائيل وجغرافية البلاد، وكذلك دروس الجامعة التي يجري بثها.

3) تأمين وسائل ناطقة باسم الجيش وتشكيلاته.

4) المساعدة في عملية التجنيد العلني عند الضرورة.

ثالثاً: التلفزيون الإسرائيلي والجيش: يقوم التلفزيون الإسرائيلي بدور دعائي لخدمة مصالح الجيش وذلك من خلال عرض بعض البرامج والأفلام الوثائقية التي تهدف إلى تسويق الجيش الأكثر تحضراً وإنسانية تظهره على ان يقوم بدوره لتحقيق الرسالة الإنسانية في مواجهة قوى شريرة تريد هدم الحضارة والعودة بالإنسانية إلى عهد الظلام.

رابعاً: النشرات الخاصة: وهي تأتي من أكثر من مصدر في هيئة الأركان على عاتق قسم الإعلام مهمة صيانة النشرات التالية:[2]

1) نشرة توجيهية خاصة بقائد السرية فما فوق تعالج موضوعاً راهناً وتوضح وجهة نظر القيادة فيه.

2) نشر توجيهية ترتبط بحدث هام سياسي أو عسكري توضح فيه وجهة نظر القيادة وتحدد فيه نقاط يطلب من القادة وضباط التوجيه

1- مرجع سابق، ص 71.

2- مرجع سابق، ص 79.

السياسي في التشكيلات اعتمادها في محاضراتهم وأحاديثهم للعسكريين.

3) إعداد كلمة التوجيه التي يصدرها رئيس الأركان العامة في المناسبات والأعياد الوطنية وأعياد أسلحة الجيش المختلفة وتوزع على شكل نشرة مثل توجيه رئيس الأركان العامة بمناسبة يوم الاستقلال.

خامساً: الكتب والدراسات: تتبنى وزارة الدفاع مجموعة من الكتب لتوزيعها على مختلف الوحدات العسكرية أو سرية محددة من جنود أو ضباط الجيش الإسرائيلي وتتناول تلك الكتب والدراسات مختلف موضوعات التاريخ العبري المزعوم والدين اليهودي والصهيونية العالمية ومختلف أوجه النشاط العسكري والأحداث البارزة وغير ذلك ما تريد القيادة الإسرائيلية تعليمه لجنود جيشها.[1]

سادساً: الندوات والمحاضرات: تقوم قيادة الجيش الإسرائيلي بالتعاون مع الجامعات الإسرائيلية باستغلال المنابر الجامعية للدعاية لصالح الجيش كما تقوم بدعوة بعض أساتذة الجامعات لإلقاء محاضرات على جنود وضباط الجيش في مختلف المواضيع خصوصاً التاريخ والفلك الصهيوني، كما تعقد الندوات التي يشترك فيها أولئك الأساتذة مع بعض الضباط والقادة وتجرى المناظرات الفكرية حول بعض الأمور العسكرية.[2]

1- الإعلام والصحافة في إسرائيل، د. أمل الجمال، ص 79- 80.

2- مرجع سابق، ص 80.

سابعاً: السينما: تقوم بعض قيادات إسرائيل ومنها القيادة العسكرية ة بإنتاج بعض الأفلام السينمائية التي تشكل مادة دعائية عن إسرائيل وعن جيشها وتقاليده العسكرية المزعومة وعن التاريخ العسكري العبري الوهمي الذي تحاول تلك القيادات إقناع أفراد جيشها بوقائعه من خلال العروض السينمائية التي تقدمها لمختلف التشكيلات ومن خلال تسجيله على أشرطة فيدو تعرض في الكليات العسكرية أو تقدم كهدايا لمختلف التشكيلات لتدخل ضمن أرشيف التوجيه السياسي والمعنوي فيها من تلك الأفلام ما يتحدث عن الجولات الفردية لبعض القادة الغابرين أو المعاصرين أو بعض المآسي التي تعرض لها الشعب اليهودي في العصور الغابرة لإثارة نزعة الثأر لدى جنود وضباط الجيش الإسرائيلي ولإقناعهم بأنهم يستعيدون حقوق أبائهم المسلوبة التي منحهم إياها إلههم الخاص بوعده الذي قطعه لشعب الله المختار.[1]

ثامناً: القادة العسكريون: يلعب القادة العسكريون الإسرائيليون دوراً إعلامياً تعليمياً داخل جيشهم ودعائياً له خارج ذلك الجيش وهم يعتبرون موجهين سياسيين من الدرجة الأولى ودعائيين ممتازين لأنهم أكثر تشبثاً بالفكر الصهيوني وقدرتهم على خلق المقاتل الصهيوني المندفع لتحقيق العدوان هي الأكثر قبولاً لدى المنظمة العسكرية ولذلك فان القادة الأكثر تعصباً للصهيونية هم الأكثر قبولاً ضمن المؤسسة العسكرية والمجتمع الإسرائيلي ويقع على عاتقهم توضيح الغرض السياسي من الأعمال العدوانية وشرحها وتبيان ضرورتها

1- مرجع سابق، ص 80- 81.

استناداً للفكر السياسي المطروح والخط الدعائي فأعمال الغزو والاستيطان توضح أنها تكون لإعادة الحق لأصحابه.[1]

تاسعاً: الناطق أو المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي: أصبح لكل قائد عسكري أو تشكيل في الجيش الإسرائيلي ناطق عسكري باسمه وقد تقرر ذلك منذ بدايات 1989 ويرتبط هؤلاء الناطقون في عملهم مع الناطق باسم الجيش الإسرائيلي وحتى قبل صدور هذا القرار كان هناك ممثلون عن الناطق باسم الجيش لدى بعض قيادات المناطق الإقليمية في إسرائيل.[2]

عاشراً: الحاخامية العسكرية: تعتبر الحاخامية في الجيش الإسرائيلي إدارة مستقلة تتبع مباشرة لرئيس هيئة الأركان كوحدة من شواهد الشذوذ الإسرائيلي فالحاخامية العسكرية في الجيش الإسرائيلي لا تقوم فقط بالرقابة على احترام حرمة البث وغيرها من الشعائر الدينية بل انها تقوم بدور إعلامي دعائي توجيهي تربوي في صفوف الجيش الإسرائيلي، ويعتبر رجال الدين دعاة حرب لتبرير أي عدوان إسرائيلي ومباركة لمسح القلق والشعور بالذنب لدى الفرد الإسرائيلي بالإيحاء بانه من خلال العدوان انما ينفذ تعاليم التوراة والتلمود ففي عام 1956 مثلاً قدم الحاخام الأكبر في إسرائيل نسخة من التوراة إلى قادة العدوان الصهيوني على سيناء وخاطب جنود بقوله أنكم تدخلون تراباً مقدساً لان في هذه الأرض تسلم معلمنا موسى الكتاب، كما تعمل الحاخامية العسكرية على

1- مرجع سابق، ص 81.

2- مرجع سابق، ص 81 ولمزيد من الاطلاع انظر الصحافة والإعلام في إسرائيل، د. أمل الجمال، ص 214-217.

تجميع فصول من التوراة وطبعها في كتب ومنشورات وتوزيعها على الجنود لتنسجم مع المذهب العسكري الإسرائيلي الذي يحمل في طياته القيم والمفاهيم التي تتضمنها الديانة والتاريخ اليهودي، كما تقتبس من التوراة النظام الأخلاقي الذي يطبق في الجيش ولا غرو في ذلك فالصهيونية تستمد أفكارها من التوراة والتلمود وفقاً لمصالحها، كذلك تزعم ان لها حقاً إلهياً في فلسطين وعد الله به الشعب اليهودي وتحاول ان توجد بعض أوجه التشابه بين الأساليب المعاصرة وأساليب قادة الدولة العبرية البائدة ممتطية بذلك صهوة الدين كمادة دعائية إعلامية إستراتيجية.

كما وتقوم الحاخامية العسكرية الإسرائيلية بتنمية أسس العقيدة الدينية في القدرات الإسرائيلية وتقييم الطقوس والتقاليد والعبادات بصورة مستمرة ودقيقة ففي كل كتيبة حاخام خاص بها يدير الوعظ والإرشاد انطلاقاً من مفهوم العنف الإسرائيلي وهو يدخل الحرب مع أفراد الكتيبة ومهمته الأساسية شن حرب الكراهية والحقد ضد العرب وقد تجلى أثر الحاخامية العسكرية في الجيش الإسرائيلي في الكلمة التي وجهها الجنرال مورد خاي- وهو قائد سلاح الجو الإسرائيلي في الخامس من حزيران 1967 مخاطباً جنوده بقوله " ان الشجاعة التي يتحلى بها جنوده يشوع والملك داود وجنود حرب الاستقلال وحرب سيناء هي منبع قوتنا وستتيح لنا التغلب على العدوان الذي يهدد مستقبلنا".[1]

يعد هذا المرض عن عسكرة الإعلام، فمن حقنا القول ان ندحض المزاعم الصهيونية بان إسرائيل واحة للديمقراطية في الشرق الأوسط، وان

1- مرجع سابق، ص 83.

الإعلام الإسرائيلي يتمتع بسقف عالٍ من الحرية والحقيقة غير ذلك من المزاعم والأكاذيب الباطلة.

فالإعلام الصهيوني- إسرائيلي اعتاش واقتات على التزوير والكذب والدجل والتضليل، ومن خلال الاطلاع على التشريعات الإعلامية الإسرائيلية يلمح المراقب ان المؤسسات الإعلامية الصهيونية ما زالت لا تخضع لهيمنة المؤسسة العسكرية والأمنية فحسب بل تخضع لرقابة صارمة منذ الكيان الصهيوني، وما أسهل تبريرات الماكنة الإعلامية الصهيونية في ذلك فهي تبرر بالقول ان ذلك يقع ضمن اجتهادات أمن الدول وأمن أسرار المؤسسة الرسمية بل قد وصل الأمر إلى ان نشر أي معلومات تمس السلطات الإسرائيلية جريمة أمنية من الدرجة الأولى يعاقب عليها قانون أمن الدولة.[1]

فالمجتمع الإسرائيلي فريد في أسسه فقد كانت العلاقة بين الايدولوجيا الصهيونية وإعلامها من جهة والمجتمع الإسرائيلي من جهة ثانية علاقة فريدة في حين ان المجتمع عادة يفرز قيماً ما تؤطرها الايدولوجيا فيما بعد فتسود فيه وقد تهيمن عليه حيث توصلنا في بداية كتابنا ان الايدولوجيا الصهيونية قد تبلورت أولاً كفكرة ثم صاغت لنفسها أساليب ووسائل إعلامها المختلفة بحيث استطاعت من خلال تلك الوسائل ان توحد روابط باقي المجتمع، وكما أكدنا ان الدين اليهودي يعتبر العامل الأول والأهم في جذب مختلف المجموعات البشرية التي هاجرت إلى إسرائيل أي ان الدين اليهودي يمثل الأساس للايدولوجيا الصهيونية وصلبها، ولابد بالتالي من انعكاس تعاليمه وقصصه التوراتية على المقاتلين اليهود وأساليبه القتالية البالية أو البائدة منذ آلاف السنين على أفراد الجيش الإسرائيلي وتشكل في صلب عمل الجيش الإسرائيلي هيئة التوجيه المعنوي أو التوجيه الثقافي، وهذه

1- الصحافة والإعلام في إسرائيل، سامي مهدي، ص 17.

الهيئة تتبع رئاسة أركان الجيش الإسرائيلي وتتشكل من ثلاث أقسام تتعاون مع بعضها البعض لكن شبه مستقلة داخلياً وهي:

1) الترفيه.
2) التعليم.
3) الإعلام.

ان قسم الإعلام في هذه الهيئة يهيمن هيمنة واضحة ملفتة للنظر على بقية الأقسام وهو يضطلع بتحقيق التناسق في الجيش الإسرائيلي وان واجباته المطلوبة تنصب على تفعيل قيم هامة لتوجيه منظومة قيم العمل التربوي والثقافي والتوجيه المعنوي والإيديولوجي في الجيش وهذه يمكن إجمالها على النحو التالي:(1)

1) اكساب الجندي شخصية مميزة تتكيف مع كونه جندياً يعرف من يقاتل ولماذا؟
من خلال إكسابه المعرفة عبر تفاعلات التوجيه الثقافي والمتوافق مع تنمية شخصية الجندي الإسرائيلي وبنيته النفسية والعقائدية.
2) توجيه الجندي ثقافياً في الاتجاه العام أكثر من مجرد تعليمه مواد محددة.
3) تحقيق التوجه الثقافي من خلال التجربة والاشتراك في التجربة بحيث يتحول التوجيه التربوي إلى تجربة يصعب نسيانها تربط الجنود بعضهم ببعض برباط من الذكريات والأحاسيس والمعرفة المشتركة للماضي والحاضر والمستقبل، وفي هذا المجال بالذات يوظف العسكريون الإعلاميون أو العكس لتحقيق القيمة الأخيرة لوسائل إعلامية مباشرة مثل الرحلات للأماكن التاريخية والاحتفال

1- الإعلام الإسرائيلي، محمد عطوي، ص 67.

بالمناسبات الدينية بمساعدة رجال الدين لإخفاء الجانب الديني على المشهد التاريخي.

الإعلام الصهيوني بين السطوة الأمنية والعسكرية والقانونية:

ان الكيان الصهيوني هو كيان خارج عن دولة القانون والمؤسسات فهو كيان لا يعترف إلا بالقانون الذي يتوافق مع سلوكيات ومبادئ وأهداف الصهيونية العالمية، فهذا الكيان منذ ان تشكل لا يملك دستوراً وفي ظل غياب أبو القوانين فان معظم القوانين التي سنها الكنيست الإسرائيلي على مدى عمر هذا الكيان لا يوجد من بينها قانون لتحديد العلاقة ما بين وسائل الإعلام وحرية التعبير والرأي.

وهذا بالتالي يقودنا إلى هيمنة المؤسسة العسكرية على الإعلام وأبرز مؤشرات الهيمنة العسكرية على الإعلام الإسرائيلي ما يلي:

أولاً- الرقابة العسكرية على الإعلام:

الكيان الصهيوني كيان متناقض مع نفسه فإسرائيل كما آشرنا تزعم انها واحة للديمقراطية وتفرض رقابة عسكرية على الإعلام، وتشير المصادر إلى ان جذور الرقابة العسكرية على الإعلام تعود إلى أيام الانتداب البريطاني على فلسطين وتعود إلى قانون الصحافة ومرسوم الصحافة لعام 1933 حيث تم بموجبه منح السلطات البريطانية آلية مراقبة فعالة في الصحف الإسرائيلية والعربية على حد سواء ويعد قيام الكيان المرسوم في القانون الإسرائيلي حيث أعطيت صلاحيات المنع للصحف لوزير الداخلية وفي عام 1945 سنّت السلطات البريطانية أوامر أوقات الطوارئ يحدد وجوب تقديم طلب مسبق للمراقب عن كل مادة مطبوعة ويعود ذلك بسبب عمليات اليهود ضد الانجليز وهذه الأوامر تبنتها إسرائيل وما زالت تطبقها على

العرب، كما تفرض هذه الأوامر على جميع المواد المرسلة إلى الخارج على أيدي المراسلين، وقد حددت للمراقب صلاحية معاقبة كل من يخالف هذه الأوامر عن طريق إغلاق الصحف أو دور الطباعة وهذه القضايا خارج دائرة الاستئناف عليها، ومع بداية إنشاء الكيان وقفت الصحف إلى جانب الرقابة العسكرية بل ودعت إليها ولكن فيما بعد تنبه الوسط الصحفي حيث ان الرقيب العسكري يفسر النصوص حسبما يشاء.

تاريخ الرقابة العسكرية في إسرائيل:

منذ ولادة الكيان الصهيوني الغاصب فقد أدرك قادته أهمية وضع قيود صارمة على حرية تدفق وانتقال المعلومات، فقد دعا قادة هذا الكيان في النصف الأول من عام 1948 الصحف الإسرائيلية إلى عدم الكشف عن معلومات تتعلق بالأمن يمكن ان تساعد الأعداء على اعتبار ان ذلك واجب تقتضيه مصلحة المشروع الصهيوني مع الأخذ بالاعتبار ان ذلك يتطلب التخلي عن عدد من الأهداف التي تسعى الصحافة لتحقيقها في نظام ديمقراطي، فأول رئيس وزراء لإسرائيل وهو بن "غوريون" كشف عن مضمون الإستراتيجية الإعلامية الصهيونية بالقول "انني أثق انه يتوجب على ان تكون هناك مساحة للنقد في الصحافة الإسرائيلية لكن علينا ألا نعطي معلومات للعدو كما شدد على عدم المساهمة في دب الفزع في أوساط الجمهور الإسرائيلي، فعلى الصحافة الإسرائيلية ان تدرك ان حكومة الانتداب البريطانية هي حكومة معادية وأننا نواجه مشاغبين عرب يهددون أمن أمتنا، وكل هذا يثبت بان الرقابة الذاتية على وسائل الإعلام يجب ان تنطلق من نظرية الأمن لا من نظريات حريات التعبير للإعلام.

المبادئ التي انطلقت منها الرقابة العسكرية على الإعلام:

انطلقت مبادئ الرقابة على الصحافة الإسرائيلية من خلال اللجنة التي شكلها بن غوريون وأطلق عليها "لجنة مراقبة الصحافة" وتهدف هذه اللجنة إلى الاتفاق بين الصحف ومؤسسات الحركة الصهيونية، وكانت اللجنة مشكلة من ستة ممثلين عن الصحافة منهم وثلاث مراقبين عسكريين برئاسة "كاترئيل كاتس" وقد حددت اللجنة في اجتماعها الذي عقدته في التاسع من كانون ثاني 1948 على تحديد مبادئ الرقابة العسكرية على الصحف وهي:[1]

1) المعلومات الأمنية وتشمل مكونات القوات المسلحة العسكرية عن أماكن وجود خط تحركها.
2) علاقة الأجهزة الأمنية بأشخاص مهمين.
3) معلومات عن تحركات شخصيات عامة كبيرة في الداخل والخارج.
4) تفاصيل عن إشارات ورموز عسكرية.
5) توقعات حول عمليات عسكرية مستقبلية.
6) خطر نشر معلومات حول حجم وسرعة المركبات على الشوارع.
7) نشر تفاصيل عن الوضع الغذائي والوقود في البلاد.
8) نشر معلومات من شأنها ان تؤدي إلى إثارة الفزع في الجمهور.

ان هذه المبادئ لم يتم تاطيرها بل جاءت كاتفاق أو تسوية بين الصحافة وقيادة الحركة الصهيونية جاءت هذه المبادئ خلال مرحلة حاسمة قبل إعلان الدولة ولم تصل كعقوبات على الصحافة بل كانت تأتي تارة على شكل توجيه توبيخات لأصحاب الصحف وبعد إعلان الدولة كان الرقيب العسكري يعمل جولة على الصحف ويوبخ الصحف المخالفة حيث يطلع على المواد الجاهزة للنشر.

1- مجلة الدراسات الإعلامية، عدد 118، 2005، ص 157- 158.

ثانياً- هيمنة الأمن على الإعلام الإسرائيلي:

ان تدخل المؤسسة الأمنية والعسكرية في الإعلام يعني إخضاع المنتج الإعلامي لهاتين المؤسستين من خلال وضع القيود الصارمة على حرية تدفق المعلومات للجمهور، وبذلك يمكننا القول ان أصبح لدى محرري الصحف عدد من المواضيع المصنفة تحت بند منطقة أمنية أو له علاقة بالأمن أي ان الرقيب العسكري هو حارس البوابة وليس رئيس التحرير أو المحرر والصحفي وبذلك يكون المنتج الإعلامي قد أخضع لعملية الرقابة العسكرية على مدار الساعة، وتشير مؤسسة الدراسات الفلسطينية ان الرقيب الرئيسي هو ضابط مخابرات برتبة كولونيل يعينه وزير الدفاع، كما وأشارت المصادر إلى انه تم توقيع اتفاقية وقعت ما بين الصحافة والرقابة العسكرية والتي بموجبها أنشئت محكمة خاصة للنظر في الشكاو المتعلقة بأمور الرقابة، وقد يذهب ذهن القارئ بعيداً فالرقابة العسكرية والأمنية الصهيونية ليست فقط على المعلومات العسكرية بل وصل الأمر على المعلومات الاقتصادية والسياسية وكل ذلك يدخل ضمن ما يسمى بأمن الدولة وعلى ضوء هذا اعتبر الباحث الإعلامي "لونستن" أن ما يدفع السلطة الصهيونية في ذلك ليس رغبتها في حماية أسرار الدولة وإنما هدفها أخفاء الحقيقة بل وطمسها.[1]

اتفاقيات الهيمنة التي أبرمتها المؤسسة الأمنية مع الإعلام الإسرائيلي:

خلال مرحلة ما قبل إنشاء الكيان الصهيوني كانت تطبق التشريعات التي سنها الانجليز، وبعد ان سيطر الصهاينة على فلسطين جاءت القوانين الناظمة للعمل الصحفي وهي قوانين عرفية تكمم الأفواه وتتحكم بمسار القيم الصحافية المتعارف عليها حيث تعطي القوانين الصحافية والإعلامية إلى ثلاث فئات:

1- الصحافة الإسرائيلية، سامي مهدي، ص 17.

1) ممثلي الصحف في الحكومة الإسرائيلية.

2) الموظفين الموجودين في وظائف مهمة.

3) ضباط الجيش الذين يتولون مراقبة الإعلام والصحافة.

وقد فسر المحللون هذه الاتفاقيات ما بين المؤسسة الرسمية ممثلة بالجيش والأجهزة الأمنية والصحافة ممثلة برؤساء التحرير والصحفيين بانه هيمنة فاضحة للخطاب الرسمي للدولة على الخطاب الإعلامي وبعبارة أخرى الانصياع والرضوخ للنخب الإعلامية لسطوة المؤسسة الأمنية مما يجعل اهتمامات الصحافة منصباً على قضايا هامشية بعيداً عن فتح ملفات حساسة لا تتعلق بقضايا مهمة وجديرة بالنقاش.

فقد رضخت الصحافة تحت مسمى توافق الوسط الصحفي مع السلطة السياسية ممثلة بالجيش على شكل تسويات، فقد عبرت الصحافة الإسرائيلية، خلال تلك المرحلة وتوافقت على هدف إستراتيجي مشترك بوجوب رعاية وخدمة المصالح الإستراتيجية للحركة الصهيونية فالصحافة الإسرائيلية على اختلاف اتجاهاتها وأنماطها ساهمت في الصراع من أجل ولادة الكيان الصهيوني وسادت علاقات حميمة حول هذا الهدف ما بين أقطاب المؤسستين الأمنية والعسكرية من جهة والصحافة من جهة أخرى وتوجت هذه الهيمنة 1947 لولادة تسوية ما بين الطرفين بناء على مقترح تقدمت به المؤسسة العسكرية التي هيمنت وفرضت رقابتها على نشر معلومات أمنية في الصحافة وكان جهاز الرقابة طوعياً ورقابياً كما أشرنا سابقاً حيث عمل بصورة منفردة عن جهاز الرقابة لدولة الانتداب البريطاني.

وبعد إقامة الكيان الصهيوني استمر العمل بتطبيق قوانين الانتداب ففي السنوات الأولى من احتلال فلسطين ظهر وكأن الحرب والحالة الموجودة فيها ستنهيان خلال فترة وجيزة، وكانت هذه القضية كما هي في مجالات حياتية أخرى أساس الاتفاق على القوانين وتسويات مؤقتة تحولت إلى

قوانين ثابتة وفي القوانين التي عدلت فيما بعد هناك أمران متفقان عليهما مازالا مستمرين حتى يومنا هذا وهما:[1]

أولاً: الاعتراف بحرية التعبير عن الرأي في أمور سياسية ضمن حدود مقبولة والمقصود هنا التوقعات والتحليلات والنقد والآراء التي ليس فيها ما يكشف أسرار الدولة.

ثانياً: مقابل حرية الرأي في أمور سياسية تبقى الأهداف الإستراتيجية للدولة وسياستها الأمنية مغلقة أمام الجمهور بموافقة المؤسسات الإعلامية فهذه المؤسسات لا تطعن أو تقلل من شرعية المؤسسة الأمنية وترى فيها المخول الأساسي لصياغة السياسات الإستراتيجية للدولة.

ان هذا الواقع الصحافي والإعلامي لم يتغير في إسرائيل بما في ذلك قانون حرية المعلومات الذي أعطى للمجتمع تقديم طلب لمؤسسات رسمية من أجل الحصول على المعلومات وأبقى كذلك الحق لتمرير المعلومات في صلاحية المؤسسة خاصة عند الحديث عن المؤسستين الأمنية والعسكرية، ما نريد قوله ان التسوية أو الهيمنة التي جرت ما بين رؤساء التحرير والنخب الأمنية أعطى هامشاً بسيطاً لحرية التعبير في القضايا السياسية ومارس عملية تقييم على الملفات الأمنية وان دل فانما يدل على هيمنة الأمن على الإعلام بل وتهليل وتضخيم لدور المؤسسة الأمنية والعسكرية من قبل قطاع الإعلام بل يمكننا القول ان الإعلام انصاع انصياعاً للهيمنة الأمنية على اعتبار ان هذه المؤسسة لا تخطئ بل وصل الأمر بالوسط الصحفي بالدفاع عن المؤسسة الأمنية والعسكرية ومحاولة تبييض صورتها على اعتبار ان الجيش الصهيوني هو جيش الأمة ولذلك كل واحد شريك في الدفاع عنه رغم الأعمال الوحشية التي يرتكبها الجيش الإسرائيلي بحق الشعب الفلسطيني حتى بعض الحالات التي رفض الجيش العمل بها في مناطق الضفة

1- الإعلام والصحافة في إسرائيل، للجمال، ص 201.

الغربية، فان وسائل الإعلام عبرت عن موقف هؤلاء الجنود لكنها رفضت تغطية هذا الحدث باعتبار ان ذلك تهديد لأمن إسرائيل وليس لدواعي إنسانية.

من جهة أخرى يعتبر الباحث ان الأطر أو القيود التي فرضت على الصحافة الإسرائيلية جاءت تفسيراتها لأسباب أمنية محضة وهذه الأطر يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أقسام وهي:[1]

1) صلاحية المؤسسة لمنح تصريحات لإصدار صحيفة أو إغلاق الصحف أو صحيفة سمت للمس بأمن الدولة.
2) صلاحية رقابة الجيش في منع نشر أي معلومة أمنية.
3) قيود جنائية تمنع أي نشر لأسرار أمنية وتحركات قادة السلطة في مواضيع أمنية.
4) قيود رسمية أو شبه رسمية ليست موجودة على شكل قوانين أهمها الرقابة الذاتية من قبل رجال الإعلام والصحافة المكتوبة والالكترونية في الشؤون الأمنية والمتمثلة في إقامة لجنة المحررين.

أبرز الاتفاقيات التي خرجت من رحم تسويات "الهيمنة" ما بين المؤسسة الأمنية والإعلامية:

سنحاول إجمال أبرز الاتفاقيات والقوانين التي أطرت الهيمنة الرقابية العسكرية في إسرائيل منذ ما قبل إعلان الكيان الصهيونية ولغاية الآن، وأبرز هذه الاتفاقية والقوانين ما يلي:

الاتفاق الأول: يمتنع بموجبه محررو الصحف عن تقديم ادعاء قضائي على قرارات الرقابة العسكرية في حال منع الجيش نشر مواد معينة

1- مرجع سابق، ص 302.

فيما اشترط المحررون عقد هذه الاتفاقية بموافقة الجيش على اطلاع المحررين مسبقاً على معلومات مهمة من شأنها وضعهم في الصورة وإعلامهم كما يجري حولهم.

هذا وقد نجم عن هذا الاتفاق لجنة دائمة أطلق عليها لجنة المحررين يشترك فيها محررو الصحف اليومية وممثلين عن الجيش، ففي 20 أيار 1949 قررت لجنة المحررين إلزام جميع الصحافيين بتقديم المواد المتعلقة بالشؤون العسكرية للرقابة قبل نشرها وجاء هذا الاتفاق عن طيب خاطر من لدن الصحافيين وذلك لخوفهم من نشر مواد يمكن ان تضر بالمصالح الصهيونية في أوقات الحرب وبذلك جنح الصحافيون للوفاء إلى المشروع الصهيوني، ومن أبرز محاور الاتفاق ما يلي:[1]

1) هدف الرقابة منع نشر المعلومات الأمنية التي قد تساعد العدو أو تضر بالدولة.
2) الرقابة لا تشمل المعلومات السياسية أو الآراء أو التحليلات أو التوقعات إلا اذا تضمنت معلومات أمنية أو يمكن استنتاج هذه المعلومات منها.
3) الرقابة مبنية على التعاون ما بين الجيش والصحافة من أجل منع نشر معلومات أمنية يمكن ان تضر بالدولة أو تساعد العدو.
4) الرقابة تحدد قائمة المواضيع التي تستوجب رقابة مسبقة وتعلن ذلك للصحافة.

هذا وقد خرج من اتفاق الهيمنة لجنة ثلاثية مكونة من مندوب عن الجيش يعينه رئيس الأركان ومندوب عن الصحافة يعين من لجنة المحررين ومندوب عن الجمهور ينتخب من الطرفين، ومن حق هذه اللجنة ان تناقش

1- الإعلام والصحافة في إسرائيل، د. أمل الجمال ، ص 203- 205.

عمل المراقب في منع نشر معلومات أو شكاوي مقدمة من صحيفة ما لمنع نشر مواد تخصها، وللجنة صلاحيات إلغاء قرار المنع أو الموافقة عليه جزئياً، وكان أحد الاختلافات في وجهات النظر بين الصحفيين والجيش حول الصلاحية التي أعطيت لرئيس أركان الجيش الذي له الحق في قبول قرار اللجنة الثلاثية أو رفضه في حالات الخلاف بين أعضائها وعدم وجود إجماع بينهم.

5) يجب على اللجنة ان تفسر قراراتها لكن علمها يبقى سرياً وهي غير ملزمة بان تعطي تفسيراً علنياً لما تتخذ من قرارات، وعند اتخاذ القرار يمكن لطرف ان يطلب نشر القرار، إضافة إلى ذلك ان النسخة التي تنشر هي أيضاً بدورها تخضع للرقابة كما ان عمل اللجنة المبني على علاقات الثقة بين الصحف والجيش حدد ثلاث أصناف للمواد التي تتعامل معها وعلى النحو التالي:

1. المواد المسموح بها التي لا حاجة بعرضها على الرقابة.
2. المواد الممنوعة التي يعاقب على نشرها إلا في الحالات التي يتم عرضها على الرقابة ويتم التوصل إلى اتفاق بشأنها.
3. المواد التي تقع في مجال عدم الوضوح والتي عادة ما يتم الخلاف حولها.

ان هذا الاتفاق كما يقول "موشيه تغبي" يطبق على جميع وسائل الإعلام المكتوبة والالكترونية والمسموعة والمرئية واعتبر كذلك ان لجنة المحررين تحولت إلى إحدى الآليات المركزية للرضوخ الإرادي لوسائل الإعلام للمؤسسات الأمنية والعسكرية، ومع ان الظروف السياسية والعسكرية قد

تغيرت بمرور الزمن فان وسائل الإعلام المختلفة مازالت تمارس هذا النوع من الرقابة الذاتية التطوعية باسم الوطنية والانصياع لمصالح الأمة.

كما ان هناك صحف لم تكن طرفاً في هذا الاتفاق ولا تزال كذلك لهذا السبب تخضع لأوامر الرقابة العادية مما يؤدي إلى معاناتها من التمييز كونها غير مشاركة في الاتفاق فيما المشاركون في الاتفاق يتمتعون بتسهيلات معينة في تطبيق صلاحيات الرقابة ولا يوجد عندهم سبب للخوف من ان تقدم بحقهم عقوبات إدارية أو جنائية بسبب نشر معلومات تتجاوز إدارة الجيش.

الاتفاق الثاني: وهو أول اتفاق بعد إعلان الكيان الصهيوني حيث أبرم هذا الاتفاق عام 1951 واستمر خمسة عشر عاماً بين المحررين وسلطات الجيش وذلك بعد شكاوٍ مستمرة من الصحف على بعض بنود الاتفاق الأول التي تتعلق بصلاحية رئيس الأركان في تغيير قرارات اللجنة الثلاثية وصلاحيات فرض عقوبات على المخلين بالاتفاق وكان التغيير الهام الذي ادخل على الاتفاق أن رئيس الأركان يتبنى كل قرار اتخذ من اللجنة الثلاثية بالإجماع وفي المقابل تتخلى الصحف عن التوجه للمحكمة في حال وجود اختلاف في وجهات النظر، فيما هناك تغيير آخر طرأ على الاتفاق الأول هو ان قرار إغلاق صحيفة ما بسبب تجاوزات الرقابة حول اللجنة الثلاثية ومن حق الصحيفة المتهمة بتجاوز قوانين الرقابة ان تسمع موقفها اللجنة من أجل إقناعها بعدم الاتفاق.

وفي عام 1966 تم تعديل الاتفاق للمرة الثالثة والذي ما زال مستمراً لغاية الآن مع إجراء بعض التعديلات وخاصة انتزاع صلاحية رئيس الأركان بتشديد العقوبة على المخالفين للرقابة.

وفي عام 1989 أضيف تغيير على الاتفاق بسبب قرار المحكمة العليا بعد توجه الصحيفة المحلية في تل أبيب إلى المحكمة في إعقاب منعها من قبل الرقابة من نشر معلومات عن رئيس الموساد وقد حدد القرار الذي اتخذه رئيس المحكمة "اهرون باراك" صلاحيات الرقابة وثبت إمكانية الرقابة بتحديد حرية التعبير عن الرأي للحالات التي فيها خطر ملموس ومؤكد للجمهور، وبهذا يكون "باراك" قد حذا حذو القاضي في قضية صحيفة "كول هاعام" عام 1953 عندما قرر وزير الداخلية إغلاق صحيفة "كول هاعام" الشيوعية باللغة العبرية بسبب نشرها معلومات عن إمكانية مشاركة جنود إسرائيليين إلى جانب القوات الأمريكية في كوريا.

وقد حدد قرار المحكمة سنة 1989 بشكل واضح صلاحيات الرقابة العسكرية وأخضعها بشكل أقوى لأوامر المحكمة العليا وقراراتها بعد ان اكتفت ولفترة طويلة بعدم التدخل في ماهية قرارات الرقابة واكتفت بالنظر في الجوانب الإجرائية لقراراتها.

وفي عام 1990 ادخل تغيير آخر بحسب توصيات لجنة برئاسة "يوسي سرير" عضو الكنيست الإسرائيلي مغزاه ان قاضياً سابقاً يعين مكان رئيس الأركان كهيئة استئنافية على قرار اللجنة الثلاثية، ومنذ عقد تم الاتفاق الثلاثي، كان هناك حادثة واحدة تم فيها إغلاق صحيفة عبرية بأمر إداري بسبب تجاوزات الرقابة وكان ذلك في عام 1989 ضد صحيفة "حدشوت" التابعة لشركة "هآرتس" والتي لم تكن وقت ذاك جزءاً من لجنة المحررين وسبب إغلاق الصحيفة انها نشرت خبراً مفاده انه تم قتل الفلسطينيين اللذين

اختطفا باص خط رقم 300 في اشكلون "عسقلان" بعد ان أمسكوا أحياء، وقد نشرت الصحيفة صور هذين الفلسطينيين مجرورين على أيدي رجال الأمن وبذلك يكون هذا الخبر قد فجر فضيحة أمنية وسياسية وذلك على خلفية تضارب الأنباء والمواقف ما بين الجيش والأجهزة الأمنية "الشاباك" الذين اتهم احدهما الآخر بعملية التصفية التي تمت بدم بارد ودون محاكمة وقد نشرت الصحيفة الخبر دون ان تقدم طلباً مسبقاً للرقابة وقررت الرقابة إغلاق الصحيفة أربع أيام ولكن في الواقع أغلقت يومين فقط وقدمت الصحيفة أيضاً لمحكمة جنائية وبعد خمس سنوات حكم عليها بدفع غرامة قيمتها 500 شكل.[1]

التشريعات الإعلامية الإسرائيلية وخرافة حرية الإعلام والصحافة:

التشريعات الإعلامية الإسرائيلية هي تشريعات مناهضة لحرية الإعلام فهذه التشريعات خرجت من معطف الانتداب البريطاني الاستعماري لفلسطين وقد قام الانجليز بسن مجموعة من القوانين لاعتبارات عسكرية وأمنية وخاصة أثناء فترة المقاومة الفلسطينية ضد الانتداب البريطاني والعصابات الصهيونية من أجل تقييد حرية وسائل الإعلام وخاصة الصحافة الفلسطينية حيث لعبت دوراً في المقاومة الإعلامية وتحفيز الشعب الفلسطيني ضد الاستعمار والدفاع عن الوطن.

وأبرز التشريعات الإعلامية الناظمة للعمل الصحفي الإسرائيلي ما يلي:[2]

أولاً: تشريع أو مرسوم عام 1933: يعتبر هذا المرسوم من مخلفات الانتداب البريطاني وهو يعتبر المادة الأساسية التي تنظم المكانة الرسمية للصحافة المكتوبة في

1- مرجع سابق، ص 205- 206.

2- الإعلام الإسرائيلي، الجمال، ص 207- 209.

إسرائيل والتي تنظم العلاقة الرسمية بينها وبين المؤسسة السياسية فقد اعتمدت أولاً من قبل سلطات الانتداب البريطاني على فلسطين ليقوم بعملية مراقبة الصحافة الفلسطينية وخاصة بعد أحداث ثورة البراق عام 1929 والتي جرت بين اليهود والعرب فقد اعتبرتها الصحافة انها أججت الصراع اليهودي العربي في فلسطين، ولاحقاً وبسبب العلاقات المتوترة بين سلطات الاحتلال وسلطات الاستيطان الصهيوني ففي هذا المرسوم فقد أعطى المشرع البريطاني المحتل لفلسطين وخول المندوب السامي أو من ينوب عنه صلاحيات واسعة وكبيرة وخاصة ما يتعلق بمنح تراخيص لإصدار الصحف أو رفض الطلبات المتعلقة بذلك إلى جانب إغلاق الصحف والمطبوعات التي تمس بالأمن والنظام العام وسلامة الجمهور.

ثانياً: تشريع قانون الطوارئ لسنة 1945: فقد تم تعديله لكي يتم إحكام قبضة المؤسسة العسكرية المسبقة على الصحافة.

ان البنود المتعلقة بالصحافة التي وردت في هذا المرسوم أو بأوامر أوقات الطوارئ متشابه تقريباً حيث ان قانون الصحافة لعام 1933 هو قانون جنائي ومن يخالفه يعرض نفسه للعقوبة الجنائية، وبحسب أوامر أوقات الطوارئ لعام 1945 تستطيع مؤسسات الدولة معاقبة المخالفين بصورة أمنية وإدارية فقط، كذلك فان وبحسب أوامر الطوارئ تستطيع الدولة ان تقدم شخصاً ما للمحاكمة في محكمة مدنية أو عسكرية وذلك بعكس ما هو موجود في مرسوم الصحافة الذي يعد جزءاً من القانون الجنائي ولذلك فإن المتهمين يقدمون للمحاكم المدنية.

القيود على الصحافة الإسرائيلية:

تصنف القيود على الصحافة الإسرائيلية إلى صنفين:[1]

أولاً: قيود مؤطرة في القانون: وتشمل ما يلي:

1) الرقابة العسكرية: حيث يخول القانون سلطات الجيش الاطلاع على المواد الصحافية قبل نشرها بحيث يمنحها الحق في حظر نشرها.
2) تفويض سلطات الحكم منح التراخيص لإصدار الصحف ورفض منحها إلى جانب إغلاق صحف قائمة اذا ارتأت ان ما تنشره يهدد الأمن وسلامة الجمهور والنظام العام.
3) قوانين جنائية تمنع نشر أسرار الدولة.

ثانياً: القيود غير المؤطرة في القانون: وتشمل ما يلي:

1) الرقابة الذاتية: وهي التي قيدت الصحافة الإسرائيلية ذاتياً والتي تجد تعبيرها في التسويات التي أطلقنا عليها الهيمنة الأمنية والعسكرية على الصحافة والتي توصلت إليها الصحف الإسرائيلية مع سلطات الجيش.

ويبدو ان محرري الصحف الإسرائيلية قد اعتادوا هذه الرقابة وتجاوبوا معها وراحوا يفرضون على أنفسهم رقابة ذاتية. غير انه يحدث مع ذلك من يخرج على الرقابة فينشر ما يعتبره الرقيب مساً بالأمن ومن ذلك ما حدث عام 1966 حينما قام محرران من صحيفة "بول" الأسبوعية بنشر معلومات عن التعاون ما بين المخابرات الإسرائيلية ومخابرات إحدى الدول العربية في اغتيال زعيم سياسي من زعمائها في باريس فقد حكم

1- مجلة الدراسات الإعلامية، عدد 118، 2005، ص 154- 155.

على المحررين يومئذ بالسجن لمدة سنة وكانت المحاكمة سرية فلم ينكشف أمرها إلا بعد شهرين حينما نشرت صحيفة نيويورك تايمز قصتها ويومئذ أرغمت الصحف على التغاضي عن الحادثة وان كانت جريدة هاآرتس قد انتقدت تصرف الحكومة الإسرائيلية واعتبرت الحادثة تحدياً لحرية الصحافة.

كما وأشارت المصادر إلى ان هذه الحادثة ليست الوحيدة من نوعها ففي عام 1968 صادرت الرقابة أكثر من ألف نسخة من تقرير عربي حول حرب حزيران والتقرير كان قد طبع في لبنان وأعاد نشره في الأرض المحتلة ناشر عربي إلا ان الرقابة وضعت يدها عليه ولم تسمح بتوزيعه وقد نشر يومئذ في الصحف إلا ان صحيفة "هاآرتس" انتقدت تفاقم ضغط الرقابة.

2) الأنشطة الرقابة التي يمارسها الناطق باسم الجيش والقيود التي يفرضها على الصحافيين وبالذات على المرسلين العسكريين.

العقوبات المنصوص عليها في التشريعات الإسرائيلية:

تفاوتت التشريعات الإعلامية الإسرائيلية من حيث العقوبات، فالبنود العقابية المتعلقة بمراسيم الصحافة التي وردت في قانون الصحافة لعام 1933 متشابهة تقريباً مع قانون الطوارئ، لكن قانون مرسوم الصحافة هو قانوني جنائي ومن يخالفه يعرض نفسه للمعاقبة الجنائية.

ان معايير العقوبات على الصحافة الإسرائيلية حسب القانونين السابقين جاءت على النحو التالي:[1]

1- مرجع سابق، ص 159.

1) عدم دعوة محرر الصحيفة التي تتجاوز تعليمات الرقيب إلى المؤتمرات الصحفية التي تناقش قضايا أمنية.

2) فرض غرامات مالية.

3) إغلاق الصحف المخالفة.

4) التشديد على ان العقوبات تفرض بشكل تدريجي.

ومن ثمّ فان الإطار القانوني للرقابة على الصحف الإسرائيلية جاء من خلال هذين التشريعيين وعلى النحو التالي:

قانون الصحافة لعام 1933 : تحددت العقوبات على الصحافة الإسرائيلية من خلال الآتي:

1) منع طبع أو إصدار صحيفة إلا اذا حصل صاحبها على موافقة من المسؤول في المنطقة.

2) الصحيفة والمطبعة بحاجة إلى تصريح.

3) عمر محرر الصحيفة 25 سنة وحاصلاً على شهادة البكالوريوس، ويستطيع ان يتحدث أو يكتب باللغة التي تصدر بها الصحيفة ولا يوجد له ماضٍ جنائي.

4) يجب على الصحيفة ان تنشر مجاناً الإعلانات الرسمية والتصريحات التي تصدر من وزير الداخلية أو باسمه.

5) يستطيع وزير الداخلية ان يحذر صاحب الصحيفة أو المسؤول عن الإصدار من ان مادة معينة تصدر في الصحيفة يمكنها حسب رأي وزير الداخلية ان تمس بسلامة الجمهور أو تتضمن معلومات كاذبة أو إشاعات كاذبة يمكن حسب رأي وزير الداخلية ان تخلق حالة من الخوف أو اليأس، وانه اذا

استمروا بنشر مثل هذه المواد في الصحيفة حسب هذا البند يستطيع وزير الداخلية إغلاق الصحيفة حتى بدون تحذير مسبق للصحيفة.

6) المحكمة تستطيع منع إصدار صحيفة ما ثلاث سنوات بسبب تحريض أو لأي سبب آخر.

نخلص بالقول انه حسب هذا المرسوم فان إصدار صحيفة في إسرائيل يعود إلى قناعة السلطة الحاكمة ورغبتها وموافقتها في إعطاء الترخيص فان رفض وزير الداخلية إعطاء تصريح لإصدار صحيفة بحسب أوامر الطوارئ كما حصل مع حالة حركة الأرض التي أقيمت من قبل سياسيين عرب في أوائل الستينات كان حتى فترة طويلة أمراً محمياً من تدخل المحكمة العليا ولاحقاً وضعت المحكمة العليا لهذا الموقف حداً لصلاحيات الحكومة بالتدخل في شؤون الإعلام خاصة فيما يتعلق بحرية التعبير والكتابة الأمر الذي ترك أثاراً إيجابية على عمل الصحف والإعلام بشكل عام مع أنه من المفروض الإشارة إلى التعامل مع الصحافة العربية كان وما زال يخضع لسياسات أكثر شدة وصرامة.[1]

قانون الطوارئ 1945: ان تشريعات الصحف الإسرائيلية استندت إلى هذا القانون أو المرسوم والذي ينص على ما يلي:[2]

ان الرقيب العسكري مخول لان يطلب من مالك أو محرر أو ناشر أو أي مطبوعة أو القائمين على أي مطبوعة ومن مؤلفي أي مادة أو مدير كل مطبعة أو القائمين على أي نشاط متعلق بالطباعة وعلى كل شخص ينوي طباعة مادة ان يقدم للرقيب العسكري وقبل النشر كل مادة ينوي طباعتها أو نشرها ، وبحسب هذه المادة فلا يحق للمحرر ان يطلع على القضايا المتعلقة بالأمن بل بالرياضة

1- مرجع سابق، ص 207- 208.

2- مرجع سابق، ص 160.

وتقارير الأحوال الجوية، ويتشدد الرقيب فقط مع الصحافة الفلسطينية في هذا المجال.

وكما منح هذا القانون للرقيب العسكري حرية مطلقة في حظر أي مادة قبل نشرها حسب رأيه من الممكن ان يمس بقدرة البلاد على الدفاع عن نفسها وسلامة الجمهور والنظام العام، كما ان القانون يخول الرقيب ان يقدم نفسه بمعاقبة الصحف في حالة قامت بخرق تعليماته، كما انه يخول الرقيب إيقاف طباعة الصحف وحتى مصادرة الأدوات والأجهزة المستخدمة في الطباعة، وإلى جانب ذلك فانه بالإمكان تقديم محرري الصحف للمحكمة الجنائية بسبب تجاوز تعليمات الرقيب بعد الإعلان عن الدولة فقد مارس الرقيب العسكري في هذه الصلاحيات في عام 1988 حيث أصدر تعليمات محددة تلتزم بها أو بموجبها كل مطبوعة بإطلاعه على أي مادة تعدها للنشر اذا كانت تتعلق بالأمن سواء داخل إسرائيل أو الضفة وغزة.

كما ويمنع القانون الإسرائيلي الصحف حتى من الإشارة إلى انها تعرضت لمقص الرقيب فحسب هذا التشريع يحظر على الصحف ان تنشر أي مادة تدل أو من شأنها ان تدل على انه قد طرأ تغيير سواء بالحذف أو بالإضافة لدى عرضها على الرقيب، لكن الصحف الإسرائيلية لم تلتزم ببعض الأحيان بذلك، ففي عام 1974 قام الرقيب العسكري بحذف معظم تقرير أعدته صحيفة هاآرتس للنشر حول انتقادات وجهها قادة الجيش ووزير الدفاع حول ضرورة نجاح المصريين في مباغتة إسرائيل في حرب 1973، وقد أشارت الصحيفة في نفس العدد إلى ان الرقيب حذف 99٪ من التقرير، ومن هنا يتبين ان الجهاز القضائي الإسرائيلي منح الرقيب العسكري هامش مناورة واسع،

حيث ان المحكمة الإسرائيلية العليا أقرت بحقه في الاطلاع على جميع المواد المعدة للنشر مسبقاً.[1]

نخلص بالقول إلى ان العوامل التي ساعدت على الرقابة العسكرية يمكن ان تتبع من ما يلي:

1) ان الدولة الصهيونية تزعم أنها ما زالت تتعرض إلى حملات وتمر بظروف حساسة على اعتبار ان تسريب معلومات حساسة يمس بأمن الدولة ويؤثر على الاستقلال الوطني مما يتطلب من الصحافة ان تبقى مجندة في خدمة استقرار الدولة.

2) تطوع بعض محرري الصحف لعدم نشر أخبار لمجرد ان يشعر ان نشرها قد يؤدي إلى المس بأمن الدولة دون ان تطلبه.

خرافة حرية الإعلام والصحافية في إسرائيل:

ان حرية الإعلام عامة والصحافة خاصة هو معيار هام أو أهم المعايير الدولية التي تقاس بها ديمقراطية أي نظام سياسي، وكلما كانت هناك قيود على عمل الإعلام والصحافة كلما كانت الديمقراطية ناقصة ومجتزئة، ومن خلال هذا التطور وهذا المقياس يمكن قياس مدى تحقق الأعراف الديمقراطية في النظام السياسي الإسرائيلي.

وقد تناولنا خلال هذا الفصل القيود المفروضة على الإعلام والصحافة الإسرائيلية بقوة القانون العسكري العرفي الذي يتحكم بمعيار تدفق المعلومات قبل النشر فحسب بل وصل الأمر إلى التحكم في منح الترخيص وإصدار الصحف وإغلاقها تحت حجج واهية وزائفة لكي تبقى وسائل الإعلام أبواق دعائية للكيان الصهيوني، فهو كيان عنصري عدواني عسكري.

1- مرجع سابق، ص 161.

فالصحافة الإسرائيلية على سبيل المثال لا تلتزم بالمهنية الدولية في التغطية الإعلامية المتعارف عليها فهي تتجاوز القيم والأعراف المهنية بحجة تقديم الأمن أي الانحياز إلى الأمن على الحرية ومنها حرية الإعلام، وكما يقول الباحث صالح النعامي فالتشريعات الإعلامية الإسرائيلية وسعت دائرة الحظر على تغطية القضايا التي يسمح بها لوسائل الإعلام بتناولها، وحتى في الوقت الذي يسمح به القانون بان تمارس الصحافة أو يمارسه الإعلام هذا الحق نجدها مدفوعة بنزعة عنصرية.[1]

والأدهى من ذلك فالكيان الصهيوني يوصف بانه كيان مدمن على الأخبار حيث تقدم وسائل الإعلام الإسرائيلية منظومة من التطورات الإيديولوجية والسياسية والثقافية التي تتسم بروح قوية من الاستقلالية وخاصة في العقدين السابقين.

ومن هذا المنطلق فان الإعلام الدعائي الصهيوني بالأحرى الخطاب الدعائي الصهيوني يوهم الرأي العام العالمين بان المجتمع الإسرائيلي بانه مجتمع متفتح حيث يضم اليهود والمسلمين والمسيحيين والدروز والشركش والبهائيين ويزعم الخطاب الدعائي الصهيوني كذلك ان الصحافة الإسرائيلية ظلت دائماً حاسمة في ظل بيئة ديمقراطية مزدهرة، ويحاول ان يوصف الكيان الصهيوني بالآتي:[2]

"ان إسرائيل أصغر من ولاية نيوجرسي"، إلا ان وسائل الإعلام الصهيوني تمثل العديد من وجهات النظر السياسية والدينية والاجتماعية".

1- مجلة الدراسات الإعلامية، عدد 118 عام 2005، ص139- 140.

2- تقرير لأصوات الحرية منشور على شبكة الانترنت.

والباحث يؤكد ان هذا الانفتاح أو التنوع البشري والثقافي فقط على المجتمع الإسرائيلي أما العرب فهم مضطهدون، ومعظم القيود تطبق عليهم بصراحة.

فمن خلال النظر إلى الخارطة الإعلامية الإسرائيلية نجد ما يلي:

1) سبعة صحف يومية يمتلكها القطاع الخاص وأكثر من ألف دورية ومئات الصحف المحلية ناطقة بعدة لغات كالعبرية والروسية والعربية والفرنسية والفارسية والأسبانية والألمانية.
2) تمتلك إسرائيل ثلاث شبكات تلفزيونية وطنية إضافة إلى البرامج التي تتم عن طريق الكوابل من جميع إنحاء العالم وتتضمن قنوات كوابل إسرائيلية مستقلة وتلفزيون فضائي يقدم برامج من عشرات الشبكات الأمريكية والأوروبية والآسيوية والعربية المتوفرة في معظم إنحاء العالم.
3) عشر محطات راديو وطنية.
4) مجموعة متنوعة من المصادر الإعلامية الممولة من الحكومة الإسرائيلية والناطقة باللغة العربية منها تلفزيون ناطق بالعربية يبث عن طريق الكوابل والقمر الصناعي ومحطة راديو ناطقة باللغة العربية تبث على موجات " AM , FM" والموجة المتوسطة للإسرائيليين والعالم العربي نحو 18 ساعة يومياً بالإضافة إلى صحفيتين يوميتين وخمس صحف أسبوعية موجة لسكان عرب 1948.

لم تكتف الماكنة الدعائية الصهيونية بتضليل الرأي العام العالمي فهي تمارس الكذب والدجل فهي تزعم بانها تفضل برامج الأخبار التي تركز على النقاش الساخن وتنوع الآراء والاستجواب الجريء للسلطة، لذلك تقوم وسائل الإعلام الإخبارية منتدى للجدل الساخن والنقاش حيث أصبحت نقاشات الطاولة المستديرة نمطاً تلفزيونياً شعبياً تحمل العروض في العادة سمات الأفراد من القطاعين العام

والخاص لتعبر بحزم عن طيف من وجهات النظر حول العديد من القضايا وتزعم كذلك إسرائيل بانها بالمرتبة الثانية بعد ولاية واشنطن في تركيزها على الصحفيين في العالم حيث تمثل قائمة الصحافيين في إسرائيل ما يلي:[1]

35 منظمة إخبارية أجنبية يعمل بها 800 مراسل ومصور فني و 1300 صحفي زائر سنوياً.

حرية التعبير وحرية الصحافة في إسرائيل:

حرية التعبير هي حرية متوافقة مع الرقيب العسكري كما أشرنا حيث وقف هذا الرقيب موقفاً متشدداً انتقائياً ومبالغاً فيه مع الصحف الفلسطينية وخلال ما سبق ذكره تبين لنا بالدليل القاطع بان جميع قوانين الإعلام وخاصة الصحافة ومراسيمها هي قوانين تقيد حرية الإعلام وحرية الصحافة، وهذه القوانين هي قوانين استعمارية ورثتها حكومة صهيونية هي امتداد للاستعمار والامبريالية وخاصة تشريع عام 1933، وقانون الطوارئ لعام 1955.

والسؤال المطروح لماذا تواطأت الصحف الإسرائيلية مع الحكومة حيال الحرية؟

يمكننا القول بالإجابة على هذا التساؤل ان الصحف الإسرائيلية قبلت على نفسها ان تخضع لعملية هيمنة الأمن والعسكر بل لم يسجل في تاريخ الصحافة الإسرائيلية ان جرت مواجهة عنيفة ما بين السلطات الأمنية ورؤساء تحرير الصحف إلا بعض المسرحيات التي قامت بها صحيفة هاآرتس، وكل ذلك مرده العودة إلى المربع الأول وهو حماية الأمن القومي الصهيوني فالأمن مازال يتقدم على الحرية في إسرائيل ولهذا ماذا تفسر أعمال القتل والبطش الصهيوني للشعب الفلسطيني عبر كل مجازر ومحارق النازية الصهيونية الجديدة من مجازر دير ياسين إلى كفر قاسم إلى قبية إلى صبرا وشاتيلا إلى جنين... إلى غزة.

1- مرجع سابق، شبكة الانترنت.

أكذوبة وخرافة حرية الصحافة الإسرائيلية:

لقد أثبتت التقارير الدولية زيف الإدعاء الصهيوني القائل بان دولة الاحتلال الصهيوني هي واحة الديمقراطية والحرية فقد انتفضت الصحف الإسرائيلية مؤخراً على واقع حرية الصحافة الإسرائيلية وعلى النحو التالي:

فقد اعتبرت صحيفة هاآرتس ان حرية الإعلام الإسرائيلية هي أكبر أكذوبة كبيرة: وان القرار الأول في الإعلام الإسرائيلي ليس لرؤساء تحرير الصحف بل للأجهزة الأمنية والعسكرية الإسرائيلية، فقد وصل الأمر بصحيفة هاآرتس ان تكشف الوجه القبيح والمزيف لحرية الإعلام الإسرائيلية عندما كشفت لنا واقع حرية الصحافة الإسرائيلية بالقول ان أمن الدولة لا يقوم فقط على الرقابة الأمنية التي تحترمها إسرائيل بل أيضاً على احترام القيم الديمقراطية لدول إسرائيل ومنها حرية الإعلام، وخلال حربي تموز 2006 وكانون أول وثاني 2008- 2009 على التوالي انكشف أمر حرية الإعلام والصحافة في إسرائيل على انها أكذوبة كبرى.

ماذا تقول التقارير الدولية عن حرية الإعلام في إسرائيل؟

فخلال حرب غزة 2008- 2009 كشفت منظمة صحافيين بلا حدود ان حرية الصحافة والإعلام في إسرائيل في تقريرها بان الصحافة الإسرائيلية هبطت 47 مكاناً في ترتيب حرية الصحافة بعد منها التغطية الصحافية خلال حرب غزة 2008- 2009.

وخلال تقرير آخر لمنظمة صحافيون بلا حدود كشف التقرير تراجع وانهيار وانحدار إسرائيل في مجال الحرية الصحافية وتقدمت عليها الصحافة العربية وخاصة الكويتية واللبنانية بأكثر من 30 مرتبة، وقد صنفت إيران في المرتبة الأخيرة ضمن أكثر الدول قمعية في هذا المجال.

وكشف التقرير بان الرقابة العسكرية والهيمنة الأمنية على حرية الصحافة في إسرائيل حيث أدى ذلك إلى اعتقال صحفيين إسرائيليين وغيرهم.

ووصف التقرير مستوى الهمجية الصهيونية في قصفها الوحشي لمواقع إعلامية كما جرى مع فضائية المنار أثناء عدوان 2006 ومقرات وسائل الإعلام الفلسطينية.



المصادر والمراجع

المصادر والمراجع:

1) الإعلام المقاوم بين النظرية والطموح، بسام عبد الرحمن المشاقبة، دار أسامة، 2010.

2) الحرب الإعلامية "نموذج الإعلام اللبناني المقاوم، دار الندى، بيروت، د.محمد محسن وآخرون.

3) الإعلام والصحافة في إسرائيلي، د. أمل الجمال.

4) المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، دار أسامة، 2009، الأردن، عمان.

5) فلسطين الفكرة والكلمة، د. محمود السمرة، الدار المتحدة للنشر، الطبعة الأولى، 1947.

6) مشروع الشرق الأوسط الكبير، د. عبد القادر المحارمة، الدار العربية للعلوم، 2005، لبنان.

7) الوحي ونقيضه، د. بها الأمير، مكتبة مدبولي، 2006، مصر.

8) موسوعة اليهود واليهودية، د. عبد الوهاب المسيري، دار الشروق، 1999، مصر.

9) الصيهونية في الميزان، محمود إرشيد الشيبي.

10) الدعاية الصهيونية العالمية، محمد نوري شفيق.

11) الإعلام الصهيوني أساليبه الدعائية، د. محمد علي الحوات، مكتبة مدبولي، 2005، مصر.

12) الإعلام الإسرائيلي ومواجهته، تقي الدين محمد عطوي.

13) الإعلام العربي وواقعه ومستقبله، خالد الشيخلي.

14) الإعلام والصحافة في إسرائيل، د. أمل الجمال، مركز الفلسطيني للإعلام، 2005.

15) الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع، عاطف الرفوع.

16) تاريخ الصيهونية، د. صبري جرجس.

17) الاستيطان الأجنبي في الوطن العربي، د. عبد المالك التميمي، عالم المعرفة، عدد 71.

18) النخب الحاكمة في إسرائيل، د. نظام بركات، منشروات فلسطين المحتلة، الطبعة الأولى، 19982.

19) أزمة الحرية السياسية في الوطن العربي، د. حسن صالح سميع، دار الزهراء، 1988.

20) الإعلام الإسرائيلي، غازي السعدي ومنير الهور.

21) السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية، زياد أبو غنيمة، دار عمار 2008، الأردن.

22) الإعلام اليهودي المعاصر، د. محي الدين أبو هلاله، دار الرسالة.

23) الصحافة في إسرائيل، مهدي سامي 2008.

24) أضواء على الإعلام الصهيوني، د. منذر عنبتاوي، منشورات منظمة التحرير الفلسطينية.

25) فلسفة الدعاية الإسرائيلية، د. حامد ربيع، منشورات منظمة التحرير الفلسطينية.

26) أساليب الإعلام الصهيوني، محمود اللبدي، منشورات فلسطين المحتلة.

27) الإعلام العربي أمام التحديات، علي محمود العائدي، مركز الأمارات للدراسات والبحوث، 1999.

28) أزمة الإعلام العربي، د. عبد الرحمن الزامل، الدار المتحدة للنشر.

29) الإعلام العربي د. تيسير أبو عرجة، دار مجدلاوي 2006 .

30) الإعلام العربي والصوت الآخر، د. محمد المصالحة، دار البيرق، 1988.

31) النظام الإعلام العربي، د. مهند تهامي، وسؤدد الالوسي، دار أسامة، 2012.

32) الإعلام والأمن السيكولوجي العربي في وسائل الإعلام الجماهيري، عطا الله الرمحي، ورمضان درويش.

33) وسائل الإعلام النشأة والتطور، د. فؤاد الساري، دار أسامة، 2012.

34) الإعلام العربي، تهامة الجنيدي، دار تينوى 2008، سوريا.

35) الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الدار اللبنانية المصرية، 2005، مصر.

36) مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، بسام عبد الرحمن المشاقبة، دار أسامة، 2009.

37) الإعلام العربي وتحديات العولمة، د. محمد الصقر وزارة الثقافة السورية، 1998.

38) قضايا الاتصال في الوطن العربي، د. محيي العبد الله، منشورات عبد الحميد شومان – الأردن- عمان.

39) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، د. إبراهيم أمام، دار الفكر العربي.

40) الإعلام ومذاهبه، د. عبد اللطيف حمزة، دار الفكر العربي.

41) الإعلام والإعلام العربي، د. وفيق سكري، 2011، الدار الحديثة للإعلام.

42) تحديثات الإعلام العربي، دار الشروق، د. صالح أبو أصبع، 1999.

43) العلاقات العامة، د. عبد الرزاق جاسم وآخرون.

44) السياسية الأمريكية والعرب، مركز دراسات الوحدة العربية.

45) اللوبي الإسرائيلي والسياسة الخارجية الأمريكية، ترجمة د. محمد الحموري، مكتبة مدبولي، 2007.

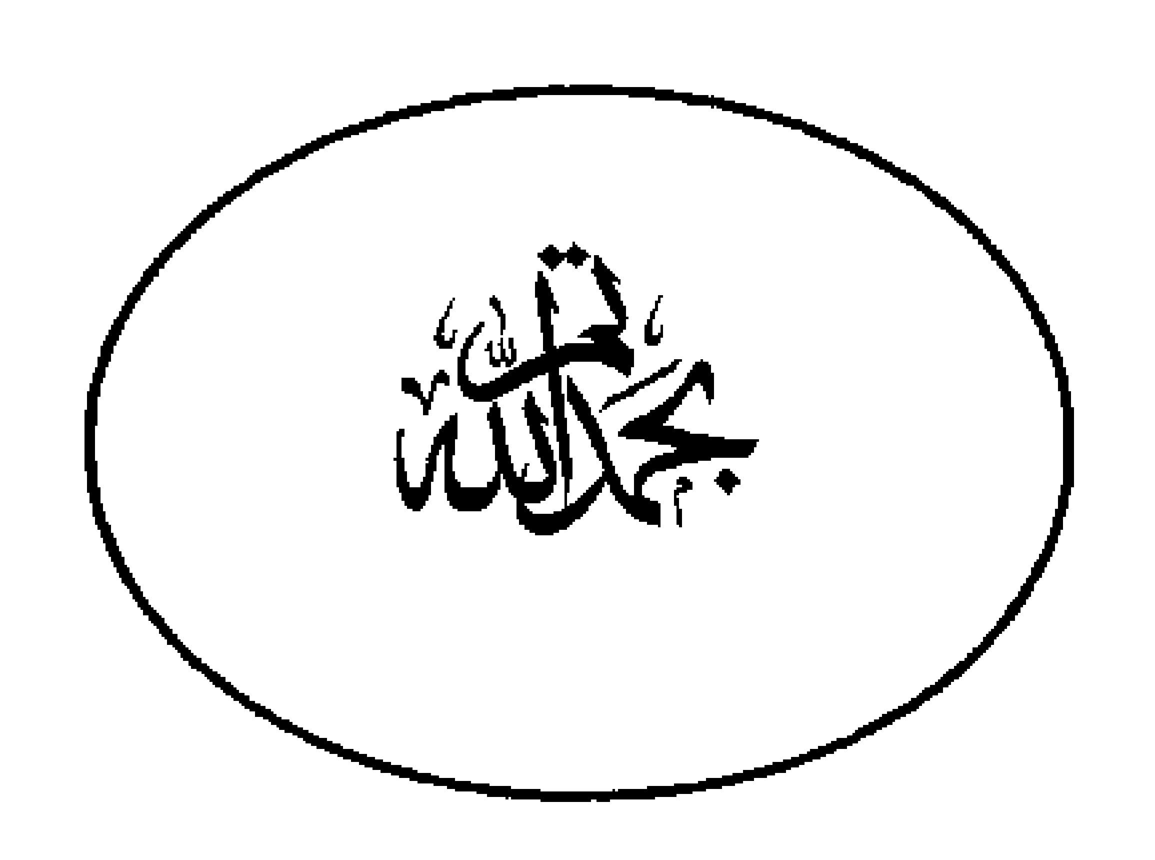
46) مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، د. فهمي العدوي، دار أسامة، 2010.

47) الدعاية والإرهاب، د. عبد الرزاق الدليمي، دار جرير، عمان 2008.

48) فلسطين الموقف والفكرة، د. محمود السمرة، الدار المتحدة، ط1974.

49) بروتوكولات حكماء صهيون، أحمد جاد، دار الغد الجديدة، مصر 2012.

50) الدعاية الصهيونية العالمية، د. محمد نوري شفيق.


بحمد الله



الإعلام الإسرائيلي
وفن التضليل الدعائي



للنشر والتوزيع
الأردن - عمان

هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252
فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781
البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo
الموقع الإلكتروني: www.darosama.net



الأردن - عمان - العبدلي

تليفاكس: 0096265664085

ISBN 978-9957-22-555-1

